

**ВЕСТНИК ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ
НАУК**

2023, Том 3, № 8

Подписано к публикации: 05.09.2023

Главный редактор журнала

Балута Анастасия Анатольевна, доктор филологических наук, доцент

Члены редакционной коллегии

Атаев Борис Махачевич (РФ, г. Махачкала) – доктор филологических наук, профессор
Богданова Ольга Владимировна (РФ, г. Санкт-Петербург) – доктор филологических наук, профессор
Биданюк Марзият Мугдиновна (РФ, г. Майкоп) – доктор филологических наук
Гасанова Узлипат Усмановна (РФ, г. Махачкала) – доктор филологических наук, профессор
Горишунов Юрий Владимирович (РФ, г. Бирск) – доктор филологических наук, профессор
Гумовская Галина Николаевна (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор
Дергачева Ирина Владимировна (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор
Епифанцева Наталия Глебовна (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор
Жирова Ирина Григорьевна (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор
Закирова Елена Сергеевна (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор
Захарова Виктория Трофимовна (РФ, г. Нижний Новгород) – доктор филологических наук, профессор
Зумбулидзе Ия Гурамовна (Грузия, г. Кутаиси) – доктор филологических наук, профессор
Ибрагимова Мариза Оглановна (РФ, г. Махачкала) – доктор филологических наук, доцент
Лисицкая Лариса Григорьевна (РФ, г. Армавир) – доктор филологических наук, профессор
Лиходкина Ирина Александровна (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, доцент
Мазирка Ирина Олеговна (РФ, г. Мытищи) – доктор филологических наук, профессор
Маркова Елена Ивановна (РФ, г. Петрозаводск) – доктор филологических наук
Мощева Светлана Васильевна (РФ, г. Иваново) – доктор филологических наук, доцент
Наджиева Флора Султан гызы (Азербайджан, г. Баку) – доктор филологических наук, профессор
Никитина Татьяна Геннадьевна (РФ, г. Псков) – доктор филологических наук, профессор
Окорокова Варвара Борисовна (РФ, г. Якутск) – доктор филологических наук, профессор
Павлова Елена Касимовна (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, доцент
Павлова Ольга Александровна (РФ, г. Краснодар) – доктор филологических наук, доцент
Рзаев Фикрет Чингиз оглу (Азербайджан, г. Баку) – доктор филологических наук, профессор
Рогалёва Елена Ивановна (РФ, г. Псков) – доктор филологических наук, доцент
Степанова Надежда Сергеевна (РФ, г. Курск) – доктор филологических наук, доцент
Султанбаева Хадиса Валиевна (РФ, г. Уфа) – доктор филологических наук, доцент
Толкачев Сергей Петрович (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор
Цветова Наталья Сергеевна (РФ, г. Санкт-Петербург) – доктор филологических наук, доцент

«Вестник филологических наук» включен в перечень ВАК с 20.12.2022г., Elibrary.ru.

Адрес редакции, издателя: 308024, Белгородская обл., г. Белгород, ул. Костюкова 12а-132

Регистрационный номер СМИ: Эл № ФС77-84021 выдан 11 октября 2022г. Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

ISSN 2782-5329 (online)

Е-mail: info@vfn-journal.ru

Сайт: <https://vfn-journal.ru>

© Вестник филологических наук, 2023

Содержание

Ткачев В.Д. Теоретические подходы и их практическая реализация при ведении специалистом переговоров с потенциальными клиентами	6-10
Дзасежева Л.Х., Шарданова М.А., Малкандуева К.К., Ордокова Ф.М. Метафоризация названий музыкальных инструментов в англоязычном масс-медийном дискурсе	11-15
Чурюканова Е.О. К вопросу о фонетическом и социолингвистическом статусе ротичности в английском языке	16-19
Аникина Т.В. Лексические средства выражения политически корректных слов	20-24
Гомозякова А.В., Евсеева Э.А. Видеоблагодарность с фронта: жанровая структура и ценностные ориентации	25-30
Данилина Л.Ю., Кузнецова В.Ю., Сатаева Г.С. Проблемные аспекты устного последовательного перевода (на материалах встречи представителей российского бизнеса с делегацией иранских страховых компаний)	31-38
Ткачев В.Д. Теоретические подходы к описанию и стандартизации рг-практик при работе на видеоканалах	39-43
Соколов А.В. Цифровые платформы и ИИ в контексте авторских прав: новые вызовы для медиа	44-54
Титов Я.Н. Ассиметрия в художественном переводе на примере дискурсивного анализа отрывка романа «Тогой Сэлэ» Л. Попова и его перевода на русский язык	55-59
Чередникова Е.А. Способы и приемы передачи русскоязычных артионимов на английский язык (на примере картин государственного русского музея)	60-65
Буряковская В.А., Календр А.А. Аксиологический аспект лингвокультурного феномена «слово года» (на материале английского языка)	66-70
Дементьева А.М. О грамматических способах выражения категории определенности – неопределенности в современном финском языке	71-76
Комарова Е.Ю., Нелюбина Е.А., Мягкова В.Ю. Оценочная лексика в политическом дискурсе на примере англоязычных медиатекстов	77-82
Нехорошева О.А. Особенности значений экономических терминов, специфика их употребления в тестах СМИ	83-87
Мавляутдинов И.С., Нуруллина Р.В., Хабибуллина Э.К. Перевод речевых оборотов в рекламных слоганах: стратегия, ориентированная на целевой язык	88-94

Халютин М.Е. Функционально-стилистические особенности текстов востоковедной тематики научного и публицистического стилей	95-104
Морозова О.А., Яхина А.М. Эмфатическая инверсия в английском языке в обучении студентов письменной иноязычной речи	105-109
Гафиуллина К.Н. Сопоставительный анализ категории принадлежности в английском, татарском и русском языках	110-113
Ли Чжэньго Лексико-семантическая характеристика текстов городских вывесок на материале г. Санкт-Петербурга	114-118
Марико Мохамед Ламин Сложность текста в русских и английских политических документах: тексты ООН	119-125
Пучинина О.П. Морфологические особенности оформления несобственно-прямой речи на материале прозы Марины Цветаевой	126-130
Титова А.В., Чичерова Е.А. Функциональный потенциал прецедентных феноменов военной субкультуры	131-135
Шаймарданова М.Р., Ахметова Л.А. Коммуникативно-прагматический анализ паремий, репрезентирующих концепты жизнь и смерть (на материале английского и русского языков)	136-141
Абдульвапов Н.Р. «Поэма о Юсуфе и Зелихе» Махмуда Кырымлы в переводе Халиль-оглу Али: проблематика исследований на современном этапе, сведения об известных рукописных списках	142-147
Клюшина А.М., Сурадиева Ю.О. Характеристика англоязычных идиом и некоторые особенности их передачи на русский язык при переводе художественных произведений (на примере романа Марка Твена «The Adventures of Tom Sawyer»)	148-153
Бутенко Е.В. Номинативно-фразеологический комплекс как коммуникативная единица кинодиалога	154-158
Курочкина Е.А. Основные тенденции пополнения немецкого молодежного сленга в интернет-коммуникации	159-167
Блохинская А.В., Подпорова Е.В. Языковые особенности социальной рекламы ГТО: семиотический аспект	168-172
Бобырева Е.В. Функциональное назначение интеррогативных структур в жанре молитвы	173-180
Бондарева Н.К. Способы интеграции английских фильмов и сериалов в обучение для улучшения навыков аудирования, произношения и увеличения словарного запаса	181-186

Гурченко В.И. Похвала как речевой акт положительной оценки	187-190
Струк А.А. Система портретов в повести Ф.М. Достоевского «Село Степанчиково и его обитатели»	191-198
Чудинова Е.В., Шурупова О.С. Концепты “supernatural” («сверхъестественное») и “outsider” («чужак») в одноименном романе Стивена Кинга	199-203
Абраменко Е.В., Сулейманова К.А. К вопросу о средствах эвфемизации речи (на примере интернет-изданий (BBC, The Guardian, The Sun))	204-209
Ачаева М.С., Поспелова Н.В., Субботина Н.С. Реалии, обозначающие праздники и традиции Уэльса: лингвокультуроведческие аспекты	210-213
Евтушенко С.Я. Развитие социолингвистической компетенции при обучении РКИ	214-218
Хэ Чжаолин Когнитивная грамотность при анализе медиатекстов: пересечение дисциплин	219-222
Власова О.В. О соотношении компонентов в креолизованном тексте в англоязычной литературе	223-229
Мишункина М.Н. Трансформация интерактивности в современном мире. Обратная связь с читателем как способ наращивания аудитории и формирования актуального контента	230-238
Шхумишхова А.Р., Аутлева Ф.А., Симбулетова Р.К. Лингвистический анализ функциональных парадигм XXI века	239-242

*Ткачев В.Д.,
Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций,
Санкт-Петербургский государственный университет*

Теоретические подходы и их практическая реализация при ведении специалистом переговоров с потенциальными клиентами

Аннотация: ведение переговоров с потенциальными клиентами – тяжелая работа, требующая значительных знаний и навыков. На крупных предприятиях эта работа ведется специально выделенным отделом продаж, используются сложные техники ведения переговоров, которые продолжаются не один день.

Однако на современном рынке действуют не только крупные предприятия. Широкое распространение получил фриланс, в этом случае одному человеку необходимо как вести переговоры с клиентами, так и выполнять работы по заказу. Поэтому ведение многодневных переговоров (которые, к тому же, далеко не всегда заканчиваются продажей) недопустимо.

В таких условиях техника ведения переговоров с клиентами должна быть отточена до мелочей – ведь это важный момент работы фрилансера, без продаж не будет и работы. С другой стороны, продажи не должны занимать слишком много времени, так как выполнение непосредственной работы требует значительных временных затрат.

Тем не менее, в современной научной литературе этот вопрос практически не затрагивается. Рассматриваются техники продаж, которые требуют существенных усилий как на подготовку к переговорам, так и на их непосредственное ведение.

Техники быстрых продаж существуют и разработаны, однако в большинстве своем они затрагивают сферу розничных продаж товаров в магазинах.

Следовательно, необходима адаптация разработанных для товаров техник быстрых продаж к услугам фрилансеров.

Проведенная систематизация существующих методик быстрых продаж позволит продолжить исследования и работы в этом направлении.

Ключевые слова: ведение переговоров с потенциальными клиентами, техники быстрых продаж, заключение договора, организация продаж услуг фрилансеров, методы ведения переговоров, работа фрилансера с клиентом

Для цитирования: Ткачев В.Д. Теоретические подходы и их практическая реализация при ведении специалистом переговоров с потенциальными клиентами // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 6 – 10.

Поступила в редакцию: 1 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 21 июля 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Ведение переговоров с потенциальными клиентами – тяжелая работа, требующая значительных знаний и навыков. На крупных предприятиях эта работа ведется специально выделенным отделом продаж, используются сложные техники ведения переговоров, которые продолжаются не один день.

Однако на современном рынке действуют не только крупные предприятия. Широкое распространение получил фриланс, в этом случае одному человеку необходимо как вести переговоры с клиентами, так и выполнять работы по заказу. Поэтому ведение многодневных переговоров (которые, к тому же, далеко не всегда заканчиваются продажей) недопустимо.

В таких условиях техника ведения переговоров с клиентами должна быть отточена до мелочей – ведь это важный момент работы фрилансера, без продаж не будет и работы. С другой стороны, продажи не должны занимать слишком много времени, так как выполнение непосредственной работы требует значительных временных затрат.

Тем не менее, в современной научной литературе этот вопрос практически не затрагивается. Рассматриваются техники продаж, которые требуют существенных усилий как на подготовку к переговорам, так и на их непосредственное ведение.

Техники быстрых продаж существуют и разработаны, однако в большинстве своем они затрагивают сферу розничных продаж товаров в магазинах.

Следовательно, необходима адаптация разработанных для товаров техник быстрых продаж к услугам фрилансеров.

Рассмотрим наиболее популярные в современной практике техники продаж, которые могут быть использованы специалистами при ведении переговоров с потенциальными клиентами.

Первой такой техникой является популярная классическая тактика «5 шагов». На первом этапе устанавливается первый контакт, когда специалист знакомится с потенциальным клиентом. Отметим, что этот этап необходим и во всех последующих техниках и требования к нему, в принципе, аналогичные. Поэтому здесь рассмотрим подробно особенности этого этапа, а далее на нем уже подробно останавливаться не будем. При знакомстве специалист должен четко представиться, обозначить, какие проблемы он решает. Например, «Добрый день. Меня зовут Дмитрий. Я специалист по настройке рекламы в социальных сетях» [4].

На следующем этапе определяются потребности потенциального клиента и попытаться определить, какими способами можно их реализовать. Обратившись к предыдущему примеру, мы должны понимать, что у клиента нет потребности настроить рекламу в социальных сетях. Его главная потребность – обеспечить реализацию своих товаров и услуг. А реклама – это только один из возможных инструментов, которые можно использовать для решения проблем данного клиента. Таким образом, на переговорах специалист должен выявить истинную потребность клиента и понять, насколько он способен решить его проблемы. Если такой возможности у специалиста нет, то уже на этом этапе переговоров стоит их прекратить. Даже если специалист и продаст свою услугу, потребность клиента удовлетворена не будет и он останется недовольным.

На третьем этапе специалист представляет свой продукт, представляя при этом свое индивидуальное торговое предложение. Во время презентации продукта следует обратить внимание на те его характеристики, которые будут помогать решить основные проблемы потенциального клиента. Нет необходимости демонстрации тех характеристик, которые хоть и положительно характеризуют продукт, но клиенту не нужны. Это только затянет переговоры, а положительного эффекта не дадут.

На следующем этапе проводится работа с возражениями. Какой бы хорошей презентация ни была, у потенциального клиента практически всегда имеются те или иные возражения. Большая часть из них стандартна, например, «слишком дорого», «какие гарантии успеха», «слишком долго» и т.д. Так как большая часть возражений стандартна, к работе с ними можно подготовиться, продумать возможные ответы и подтверждения работы именно с данным специалистом.

На последнем этапе проводится завершение сделки, подписывается договор и обсуждаются все его детали [7].

Следующая техника, которую мы рассмотрим – «7 шагов». Она включает в себя все описанные в предыдущей методике этапы, но они дополняются еще двумя шагами. Первый из них – подготовка к продаже. Этот этап проходит еще до первой встречи с потенциальным клиентом, проводится анализ статистических данных, выявляются основные потребности клиентов, которые чаще всего прибегают к услугам данного специалиста. За счет внедрения этого этапа в методику продаж значительно сокращается количество неудачных переговоров с клиентами, так как еще до начала переговоров специалист четко понимает, с какими проблемами и возражениями ему придется столкнуться.

Вторым новым этапом в этой методике является сопровождение после продажи. На этом этапе специалист помогает клиенту использовать предложенный продукт, объясняет его особенности. Этот этап обязателен к включению в методику тем специалистам, которые продают товары, но и для услуг также возможен к использованию. Например, специалист по созданию и настройке сообщества может дать клиенту краткую консультацию по дальнейшему его ведению. Использование этого этапа повышает доверие клиентов, а значит, запускает «сарафанку», т.е. довольный клиент порекомендует услуги специалиста своим знакомым или сам повторно обратится при появлении снова аналогичной потребности. Отметим, что обратившиеся по «сарафанке» клиенты более лояльны и усилия, необходимые для закрытия сделки, в этом случае намного меньше, чем при обращении из других источников [1].

Техника «8 шагов» также построена на основе методики «5 шагов», но дополняется тремя основными моментами.

Во-первых, во время переговоров специалист определяет, насколько потенциальный клиент готов к закрытию сделки и на основании этого может либо предложить более дорогой, но с лучшими характеристиками продукт, либо предлагает значительную скидку в случае приобретения большого объема продукта. Предоставление скидки способно удержать клиента, не готового к совершению сделки. Здесь же можно предложить более дешевой модели, которая имеет меньшие характеристики.

Во-вторых, используются методы допродажи. Под допродажей при этом понимают предложение дополнительных к основному продукту товаров и услуг. Этот метод наиболее популярен при продаже товаров, однако и в сфере услуг он тоже может быть использован.

В-третьих, важным заключительным моментом при ведении переговоров с клиентами является сбор

контактов и получение рекомендаций или отзывов. За счет этого специалист расширяет базу клиентов, а наличие отзывов и рекомендаций способствует облегчению процесса переговоров с клиентами в будущем. Особенно полезным окажется отзыв от того клиента, который знаком новому потенциальному заказчику [8].

Более эффективной, но и при этом требующей большего времени, является техника «12 шагов». Она, как и предыдущие, основана на основной – «5 шагов». При этом основная базовая техника дополняется уникальными моментами, которые и способствуют повышению эффективности продаж.

Первым из таких моментов является перехват инициативы. При чрезмерной активности потенциального клиента при ведении беседы специалист имеет определенные трудности, связанные с определением проблем и потребностей, причин появления возражений и, соответственно, того, как с ними работать. В связи с этим возникает необходимость перехватить инициативу. Основным методом этого является метод, предусматривающий необходимость задавать вопросы, на которые собеседник будет давать четкие ответы, а не задавать уточняющие ответные вопросы. Как известно, в диалоге владеет ситуацией именно тот собеседник, который задает вопросы.

Следующим моментом является определение квалификации потребителя. Квалификация говорит о том, насколько быстро клиент готов заключить сделку, насколько ему интересно предложение в целом. В целом определение квалификации позволяет разработать индивидуальную стратегию работы с ним. Для одного потенциального клиента достаточно коротких быстрых и четких переговоров, для другого – нужно вести переговоры несколько часов.

Следующий важный момент – объявление цены. При этом цену нужно объявить так, чтобы у клиента не возникло эмоционального напряжения и негативной реакции. Поэтому цену объявляют с использованием разных подходов. Одним из них является озвучивание вилки цен, т.е. представления разных предложений с разной стоимостью. Соответственно, клиент получает возможность выбора в соответствии со своими финансовыми возможностями. Второй подход – использование метода «сэндвича». В этом случае клиенту озвучивают весь комплекс работ, которые будут проводиться и оглашается их стоимость. При озвучивании финальной цены делается определенная скидка и клиент понимает, что ценность оказанных услуг будет значительно превышать цену. Можно использовать также методы, связанные с монетизацией. Т.е. клиенту будет озвучена и та выгода, которую он сможет получить в результате полученных услуг. Например, тот же специалист по настройке рекламы может сказать, что за счет вложения в рекламу 50000 руб. клиент сможет совершить продажи на значительно большую сумму. Кроме того, активно используются специальные предложения, т.е. возможные скидки и бонусы, которые будут доступны при соблюдении определенных условий (например, оплаты в течение ближайших дней или заказа комплексной услуги). Использование подобных методов и подходов облегчают процесс принятия решения о покупке и повышают процент эффективных продаж специалиста [6].

Необходимо помнить, что в момент, когда клиенту озвучивается цена, специалист должен сохранять спокойствие и уверенность в цене. Это позволит клиенту понять, что цена не взята «с потолка», это стандартный момент продажи для специалиста.

Следующий важный момент – удержание сделки. Этот момент особенно важен в тех случаях, когда имеются в том числе и негативные отзывы о специалисте. Увидев подобные отзывы, клиенты могут испытать желание разорвать заключенное соглашение. В связи с этим специалист после заключения соглашения может подчеркнуть, что имеются и неоднозначные отзывы и они обусловлены теми или другими обстоятельствами. Это поможет сформировать атмосферу доверия с потенциальным клиентом и сгладить возможные негативные углы.

Современные техники продаж основаны на разработанных рекламных методах и подходах. Рассмотрим основные из них, которые позволяют получить впечатляющих результатов за довольно короткое время.

Самой известной и популярной является метод AIDA. Методика чаще всего используется в рекламе для продвижения товаров и услуг, но может быть также адаптирована и для продажи услуг специалиста [3].

При этом в первую очередь необходимо привлечь внимание целевой аудитории, затронуть наиболее часто встречающиеся проблемы. На следующем этапе вызывается интерес, при этом подчеркиваются те характеристики продукта или услуги, которые смогут удовлетворить наиболее актуальные потребности целевой аудитории. Следующий этап – желание приобрести предлагаемый продукт или услугу за счет использования мотивационных образов. Последний этап – действие, при этом специалист создает те условия, при которых клиент максимально быстро подводится к совершению необходимого специалисту действия, т.е. в данном случае – заключению договора.

Тактика «ХПВ» используется при возможности продемонстрировать товар или услугу потенциальному клиенту. При этом основное внимание уделяется характеристикам, преимуществам и выгодам от обладания

данным продуктом.

Методика SNAP подразумевает соблюдение основных правил ведения переговоров, при которых специалист должен быть проще, т.е. говорить простым и понятным клиенту языком, знать себе цену, т.е. спокойно и уверенно демонстрировать преимущества и уникальные свойства товаров и услуг, обладать способностью к заключению договоренностей и расставлению приоритетов [9].

Методика SPIN требует формирования вопросов разных типов, которые будут заданы потенциальному клиенту.

В первую очередь необходимо задавать ситуационные вопросы, которые позволят понять текущее положение потенциального клиента. В результате появляется возможность построить конструктивный диалог. Необходимо задавать четкие развернутые вопросы, которые позволят построить адекватную картину текущего положения дел.

Следом задаются проблемные вопросы, в результате которых будут выявлены главные проблемы, боли и страхи потенциального клиента. При этом клиент понимает, что его положение – это не норма и возможно его исправление и улучшение ситуации.

Далее задаются извлекающие вопросы, в результате которых клиент понимает, что если ничего не делать, то ситуация будет только ухудшаться и очень скоро может возникнуть кризисное положение.

Направляющие вопросы позволяют сформировать у клиента осознание того, что приобретение предлагаемого продукта позволят ему решить все свои вопросы. Т.е. именно на этом этапе клиент получает конкретный путь, на котором будут решены его проблемы и улучшено положение [2].

Техника продаж «ПЗП» предусматривает обязательное прохождение этапов привлечения внимания, вызова интереса и непосредственной продажи. Отметим, что данный метод чаще всего используют в холодных продажах, т.е. тем клиентам, которые изначально не были заинтересованы в приобретении продукта. Во время этапа привлечения внимания специалист формирует доверительные отношения с клиентом и презентует свою продукцию. На следующем этапе пробуждается интерес к продукту за счет демонстрации его достоинств и преимуществ использования. На последнем этапе осуществляется продажа. Здесь идет речь о гарантиях, также делается акцент на благодарности за сотрудничество и обмене контактами.

Использование этих методов позволяет специалисту значительно сократить время, затрачиваемое на ведение переговоров и при этом повысить процент успешно проведенных переговоров.

Литература

1. 5 этапов продаж и правила продаж [Электронный ресурс]. <https://aspro.cloud/crm/docs/5-etapov-prodazh-i-pravila-prodazh/>
2. 7 этапов продаж: полное описание + примеры фраз [Электронный ресурс]. <https://rim-group.ru/blog/7-etapov-prodazh-polnoe-opisanie-primery-fraz/>
3. Ведение клиента на всех этапах продаж [Электронный ресурс]. <https://blog.oy-li.ru/vedenie-klienta-na-vseh-etapah-prodazh/>
4. Веселов В. Основные этапы продаж: техника и последовательность шагов [Электронный ресурс]. <https://sendpulse.com/ru/blog/stages-of-the-sales-cycle>
5. Сухарева Н.А., Имаева Е.З. Переговоры как средство улучшения навыков делового общения // Вестник педагогических наук. 2022. № 5. С. 214 – 217.
6. Краткий курс переговоров. Как завоевать друзей и не быть бараном [Электронный ресурс]. <https://journal.tinkoff.ru/no/>
7. Этапы и техники продаж [Электронный ресурс]. <https://blog.oy-li.ru/etapy-i-tehniki-prodazh/>
8. Этапы и техники продаж по телефону [Электронный ресурс] / <https://kontur.ru/articles/6116>
9. Эффективные способы общения с клиентами интернет-магазина [Электронный ресурс]. <https://www.insales.com/ua/blogs/blog/obschenie-s-klientami-internet-magazina>

References

1. 5 jetapov prodazh i pravila prodazh [Jelektronnyj resurs]. <https://aspro.cloud/crm/docs/5-etapov-prodazh-i-pravila-prodazh/>
2. 7 jetapov prodazh: polnoe opisanie + primery fraz [Jelektronnyj resurs]. <https://rim-group.ru/blog/7-etapov-prodazh-polnoe-opisanie-primery-fraz/>
3. Vedenie klienta na vseh jetapah prodazh [Jelektronnyj resurs]. <https://blog.oy-li.ru/vedenie-klienta-na-vseh-etapah-prodazh/>
4. Veselov V. Osnovnye jetapy prodazh: tehnika i posledovatel'nost' shagov [Jelektronnyj re-surs]. <https://sendpulse.com/ru/blog/stages-of-the-sales-cycle>

5. Suhareva N.A., Imaeva E.Z. Peregovory kak sredstvo uluchsheniya navykov delovogo obshcheniya. Vestnik pedagogicheskikh nauk. 2022. № 5. S. 214 – 217.

6. Kratkij kurs peregovorov. Kak zavoevat' druzej i ne byt' baranom [Jelektronnyj resurs]. <https://journal.tinkoff.ru/no/>

7. Jetapy i tehniki prodazh [Jelektronnyj resurs]. <https://blog.oy-li.ru/etapy-i-tehniki-prodazh/>

8. Jetapy i tehniki prodazh po telefonu [Jelektronnyj resurs] / <https://kontur.ru/articles/6116>

9. Jeffektivnye sposoby obshhenija s klientami internet-magazina [Jelektronnyj resurs]. <https://www.insales.com/ua/blogs/blog/obschenie-s-klientami-internet-magazina>

*Tkachev V.D.,
Higher School of Journalism and Mass Communications,
St. Petersburg State University*

Theoretical approaches and their practical implementation when a specialist negotiates with potential customers

Abstract: negotiating with potential clients is hard work that requires considerable knowledge and skills. At large enterprises, this work is carried out by a dedicated sales department, complex negotiation techniques are used, which continue for more than one day.

However, not only large enterprises operate in the modern market. Freelancing has become widespread, in this case one person needs to both negotiate with clients and perform work on order. Therefore, conducting multi-day negotiations (which, moreover, by no means always end in a sale) is unacceptable.

In such conditions, the technique of negotiating with clients should be perfected to the smallest detail - after all, this is an important point in the work of a freelancer, without sales there will be no work. On the other hand, sales should not take too much time, since the execution of direct work requires a significant amount of time.

However, in the modern scientific literature, this issue is practically not addressed. Sales techniques are considered, which require significant efforts both in preparation for negotiations and in their direct conduct.

Quick sales techniques exist and have been developed, but for the most part they affect the retail sales of goods in stores.

Therefore, it is necessary to adapt the quick sales techniques developed for goods to the services of freelancers.

The systematization of the existing methods of quick sales will allow us to continue research and work in this direction.

Keywords: negotiating with potential clients, quick sales techniques, concluding a contract, organizing sales of freelance services, negotiating methods, freelancer work with a client

For citation: Tkachev V.D. Theoretical approaches and their practical implementation when a specialist negotiates with potential customers. Philological Sciences Bulletin. 2023. 3 (8). P. 6 – 10.

Received: July 1, 2023; Revised: July 21, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Дзасежева Л.Х., кандидат филологических наук, доцент,
Шарданова М.А., кандидат филологических наук, доцент,
Малкандуева К.К.,
Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова (КБГУ),
Ордокова Ф.М., кандидат филологических наук, доцент,
Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет им. В.М. Кокова (КБГАУ)*

Метафоризация названий музыкальных инструментов в англоязычном масс-медийном дискурсе

Аннотация: целью исследования, описанного в данной статье, является изучение метафорического использования названий инструментов в англоязычном масс-медийном дискурсе. Источниками языкового материала послужили статьи, опубликованные в таких газетах, как The Guardian, The Economist и The Independent. В ходе исследования было выявлено, что являясь уникальной семиотической областью культуры, музыка служит богатым источником процесса метафоризации. Музыкальные инструменты часто используются в качестве метафор в текстах средств массовой информации для передачи определенного сообщения или эмоции. Метафоры служат мостом между абстрактными понятиями и конкретными представлениями, облегчая процесс восприятия информации и конструируя более полный панорамный образ. Исследование показало, что в медиатекстах метафоры, основанные на названиях музыкальных инструментов, активно используются для передачи и интерпретации действий людей. Они позволяют не только информировать о поступках той или иной личности, но и формировать определенное отношение к происходящему.

Результаты исследования могут быть применены при дальнейшем более широком исследовании роли музыкальных метафор в дискурсах разных типов. Практическое применение результатов исследования заключается в возможности их использования в теоретических курсах по стилистике и лексикологии английского языка.

Ключевые слова: музыкальный инструмент, метафора, музыкальная метафора, дискурс, масс-медийный дискурс

Для цитирования: Дзасежева Л.Х., Шарданова М.А., Малкандуева К.К., Ордокова Ф.М. Метафоризация названий музыкальных инструментов в англоязычном масс-медийном дискурсе // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 11 – 15.

Поступила в редакцию: 10 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 31 июля 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Процесс метафоризации является сложным и многосторонним процессом и привлекает внимание исследователей уже на протяжении многих веков. Однако в последнее время интерес к метафоре возрос и приобрел тотальный характер, что связано с пересмотром взглядов на деятельность человеческого мышления и проблему вербализации результатов научного и обыденного познания. На сегодняшний день существует множество направлений изучения этого явления и огромное количество литературы по данной теме.

В рамках когнитивного подхода большое внимание уделяется процессу метафоризации, и теория концептуальной метафоры представляет подробное описание данного когнитивного процесса. Краткое сущностное описание процесса метафоризации мы находим в определении Дж. Лакоффа и М. Джонсона, если сформулировать его с технической стороны: «Метафора – это ряд систематических соответствий между двумя структурами знаний (experience)» [2, с. 4].

Дж. Лакофф и М. Джонсон считают, что наблюдения за языковыми метафорами могут проиллюстрировать, каким образом, воспринимаемая нами действительность упорядочивается в нашей концептуальной системе. Метафорические выражения, по их мнению, являются отражением метафор, структурирующих нашу понятийную систему, которая в свою очередь, определяет наше мышление, повседневный опыт и поведение [3, с. 24]. Иными словами, по своей сути метафоризация заключается во взаимодействии двух структур знаний когнитивной структуры «источника» (source domain) и когнитивной структуры «цели» (target domain). Непосредственно взаимодействие данных когнитивных структур называется метафорической проекцией (metaphorical mapping), которая происходит в процессе осмысления одного элемента области цели в терминах соответствующего элемента области цели. Также отмечается, что «метафорическая проекция может осуществляться не только между двумя отдельными элементами двух структур знаний, но и между целыми структурами концептуальных доменов» [5, с. 12].

Масс-медийный дискурс играет важную роль в жизни современного общества. Он не только информирует о событиях, но и влияет на формирование общественного мнения. Чтобы достичь этой цели, масс-медийный дискурс должен быть чувствителен к контексту актуального социального бытия и современной идеологии. Одной из особенностей масс-медийного дискурса является его специфическая аудитория. Медийные сообщения часто адресуются широкой публике, поэтому языковой код, используемый в них, обычно усредненный и упрощенный. Это позволяет максимально эффективно донести информацию до аудитории. Важным аспектом масс-медийного дискурса являются когнитивно-аксиологические импликации. Это смысловые, метафорические, образно-символические и аксиологические значения, которые заключаются в медийных словах. Они не только отражают личностно-смысловое отношение человека к действительности, но и социально-смысловое. Медийные слова могут быть использованы для оценочной номинации, выражая борьбу за базовые ценности. Одним из эффективных инструментов масс-медийного дискурса является метафора [6, с. 178].

Целью исследования является анализ метафорического использования названий музыкальных инструментов в текстах СМИ. Музыка – одна из древнейших семиотических подсистем культуры, являющаяся, по мнению многих ее исследователей, наиболее своеобразной с точки зрения природы составляющих ее знаковых средств и самой уникальной по неисчерпаемости их смыслового содержания, по степени их символичности, по фактически неограниченным возможностям отражения или передачи в них чувственно-интеллектуального опыта познания человеком мира [1, с. 364]. Являясь уникальной семиотической областью культуры, музыка служит богатым источником процесса метафоризации в масс-медийном дискурсе.

Эмпирической базой исследования послужили статьи, отобранные из таких англоязычных газет, как *The Guardian*, *The Economist* и *The Independent*. Анализ языкового материала выявил, что названия таких музыкальных инструментов, как **trumpet** (труба), **drum** (барабан), **violin** и **fiddle** (скрипка) чаще всего метафоризируются в масс-медийных текстах.

Труба – один из самых популярных и известных духовых инструментов. Он имеет долгую историю и использовался во многих музыкальных стилях. Труба известна своей способностью распространять мощный звук на большие расстояния.

Метафоры, основанные на лексеме **trumpet**, особенно широко используются в медиа-текстах политической тематики. Например:

Johnson, seen as a political rival to Osborne, **trumpeted the report to the skies**. (Джонсон, которого считают политическим соперником Осборна, **возвестил о своем докладе до небес**) (*The Guardian*, 2015).

He added: "This was **trumpeted as the biggest survey** of its kind into the balance of power between the UK and Brussels but, for whatever reason, [ministers] decided not to present a coherent overall view of the work". (Он добавил: «Это **было объявлено крупнейшим** в своем роде исследованием баланса сил между Великобританией и Брюсселем, но по какой-то причине [министры] решили не представлять последовательного общего взгляда на работу»). (*The Guardian*, 2015)

Around 12,000 miners at another gold mine have downed tools in a wildcat strike, demanding more pay. The Marikana fiasco has also prompted a wave of criticism of the ANC for its seemingly inept management and for its failure, more broadly, to fulfil its promise, **trumpeted long and loud**, of a better life for all. (Около 12 000 горняков на другом золотом руднике сломали инструменты в результате ожесточенной забастовки, требуя повышения заработной платы. Фиаско Мариканы также вызвало волну критики в адрес АНК за его, казалось бы, неумелое управление и за его неспособность, в более широком смысле, выполнить свое **долго и громко возвещаемое** обещание лучшей жизни для всех). (*The Guardian*, 2012)

Как видно из вышеприведенных примеров, в основе метафорического переноса лежат такие семы, как: «громкость» – **trumpeted long and loud**, «привлечение внимания» – **trumpeted as the biggest survey**, «высота» – **trumpeted the report to the skies**.

Предки трубы были хорошо известны в военном быту Древнего Египта, Греции и Рима. Римляне широко использовали шокирующий эффект громких звуков трубы в военных действиях, а также в важных ритуалах и в государственных церемониях. Звуки трубы предваряли сообщения герольдов, представляющих рыцарей на средневековых турнирах, – отсюда и устойчивое словосочетание «**to blow your own trumpet**», то есть хвастаться своими достижениями [4, с. 170]. Например:

Don't be frightened to **blow your own trumpet**. (Не бойтесь **восхвалять свои достоинства**). (*The Guardian*, 2013)

Trumpet также используется как метафора лидерства и власти. В древние времена трубы использовались, чтобы сигнализировать о начале сражений или важных событий. Сегодня термин **trumpet call** (букв.: «зов трубы») все еще используется для описания боевого крика или призыва к действию. Точно так же, ко-

гда говорят, **sound the trumpet** (букв.: «трубить в трубу») это означает, что кто-то хочет сделать смелое заявление или взять ситуацию под контроль.

Интересным представляется использование лексемы **trumpet** в каламбуре, основанном на имени американского президента Д. Трампа и названия самого музыкального инструмента.

David Meech reports all the real news – not fake news – about **President Trumpet**, some of which involves Prime Minister Trombone. (Дэвид Мич сообщает все настоящие, а не фальшивые новости о **президенте Трампете**, некоторые из которых связаны с премьер-министром Тромбоном). (The Independent, 2017)

В приведенном выше примере репортер иронично намекает на любовь Трампа к громким заявлениям и желанию быть в центре внимания.

Drum (барабан) – это инструмент, который веками использовался в музыке, а также стал метафорой для различных аспектов жизни. Ритм барабана можно услышать во многих музыкальных жанрах, от рока до джаза и традиционных африканских ритмов. Барабан характеризуется громким звуком и ритмичностью и именно эти характеристики чаще всего становятся основой метафорического переноса.

Выражение **drum up** употребляется в метафорическом смысле с 1600-х годов и восходит к практике призыва новобранцев барабанной дробью. В современном англоязычном медиа-дискурсе эта метафора широко используется в значении «привлечь внимание к чему-либо» (drum up business), «заручиться поддержкой» (drum up support), «вызвать интерес» (drum up interest). Например:

Rishi Sunak and Jeremy Hunt will host some of the UK's most prominent industry leaders on Friday as part of a drive **to drum up** fresh investment to revive the UK's struggling economy. (В пятницу Риши Сунак и Джереми Хант примут у себя самых известных лидеров британской промышленности в рамках кампании **по привлечению** новых инвестиций для оживления испытывающей трудности экономики Великобритании). (The Guardian, 2023)

Лексема **drum** входит в состав фразеологической единицы **to bang/beat the drum** в значении «с энтузиазмом говорить о каком-либо убеждении или идее, чтобы убедить других людей также поддержать его». Например:

Bang the drum for change: why do orchestras have so few female percussionists? (Бейте в барабан с призывом к переменам: почему в оркестрах так мало женщин-перкуSSIONИСТОВ?) (The Guardian, 2021)

В приведенном примере, который является заголовком статьи, реализуется игра слов, основанная на смысловой коллизии «**bang the drum**» в прямом значении «громко бить в барабан», так как речь идет о перкуSSIONИСТАХ, и в переносном значении «призывать с энтузиазмом».

Во фразеологической единице **bang a different drum** и ее производных **march to a different drum/drummer** реализуется значение «делать что-либо или вести себя так, как это не соответствует общепринятой общественной норме, верить в другие принципы». Например:

The free schools policy is monstrously unfair, fuels social segregation and doesn't raise standards. It's time for the Tories to start **banging a different drum**. (Политика бесплатных школ чудовищно несправедлива, способствует социальной сегрегации и не повышает стандарты. Пришло время Тори начать **действовать по-другому**). (The Guardian, 2015)

Метафорическое выражение **drum out** восходит к устаревшей военной практике увольнения опозоренных солдат под звуки барабанов. Это привлекало внимание к их бедственному положению и служило предупреждением для других. Самое раннее упоминание о **drum out** в переносном смысле встречается в книге Томаса Амори «Жизнь Джона Банкла», 1766 год: «They ought to be drummed out of society» (Они должны быть изгнаны из нашего общества) [5].

Современное использование метафоры **drum out** выходит за пределы военной сферы. Она может быть применена в различных контекстах, таких как бизнес, образование или спорт, чтобы описать ситуации, когда человека исключают из коллектива или сообщества из-за его неподходящего поведения или неэтичных действий. Например:

And finally, the tax profession has **to drum out those people and firms** who promote such schemes, nationally or internationally, if it is to retain any shred of ethical credibility. (И, наконец, налоговая служба должна **отсеивать тех людей и фирмы**, которые продвигают такие схемы на национальном или международном уровне, если она хочет сохранить хотя бы малейшую долю этического доверия). (The Guardian, 2014)

В английском языке скрипка обозначается двумя лексемами – «fiddle» и «violin». Эти слова имеют одинаковое денотативное значение, но при этом обладают различными коннотациями, которые вносят существенные отличия в восприятие и ассоциации, связанные с этим инструментом. Слово «violin» широко используется для обозначения скрипки в классической музыке и профессиональной среде. Оно ассоциируется с изяществом, элегантностью и мастерством. Violin – это инструмент, который требует глубокого понимания музыкальной техники и тонкости исполнения. Fiddle – это скрипка, связанная с народной музыкой,

фольклором и традиционными мелодиями. Это слово часто ассоциируется с уличными музыкантами, каба-ре или барными выступлениями. Фраза **play the fiddle** может вызывать представление о неформальной, развлекательной игре, возможно, даже с примесью импровизации. Кроме того, слово «fiddle» иногда используется в контексте преступности или мошенничества, что добавляет ему оттенок негативности и недоверия. В современном англоязычном медиадискурсе данный глагол часто используется в публикациях раз-ной тематической направленности, особенно в статьях на политические и экономические темы. Например:

Dictators and utopians are fond of **fiddling with** constitutions. Both are bad, though for different reasons. (Дик-таторы и утописты любят **проводить махинации** с конституциями. И те, и другие плохи, хотя и по разным причинам). (The Economist, 2022)

Во фразеологической единице **fiddle while Rome burns** (букв.: «развлекаться, пока горит Рим») идет от-сылка к легенде о том, как римский император Нерон играл на лире вместо того, чтобы что-то предпринять по поводу пожаров, уничтожающих город. В современном английском языке данное выражение использу-ется в значении «ничего не предпринимать, развлекаться во время беды». Например:

Tory candidates **fiddle while the world burns**. (Кандидаты от консерваторов **занимаются пустяками**, по-ка мир горит). (The Guardian, 2022)

Rishi Sunak's charm won't save him if he is seen **to fiddle** while Britons' pockets burn. (Обаяние Риши Суна-ка не спасет его, если он будет **заниматься пустяками**, пока горят карманы британцев). (The Guardian, 2022)

Резюмируя, следует отметить, что музыкальные инструменты часто используются в качестве метафор в текстах средств массовой информации для передачи определенного сообщения или эмоции. Метафоры служат мостом между абстрактными понятиями и конкретными представлениями, позволяя читателям лучше понять и визуализировать информацию. Однако метафоры не только упрощают сложное, они также добавляют красок в медиа-тексты, делая их более живыми и запоминающимися. Интересно, что в медиа-текстах метафоры, основанные на названиях музыкальных инструментов, активно используются для пере-дачи и интерпретации действий людей. Они позволяют не только информировать о поступках той или иной личности, но и формировать определенное отношение к происходящему

Литература

1. Зыкова И. Музыка как источник фразеологической концептуализации мира (на материале английского и русского языков) // *Frazeologicne Studie VI. Nudobne motivy vo frazeologii*. 26-27 September, 2014. Univerzita Komenskeho v Bratislave, 2014. С. 362 – 373.
2. Kövecses Z. *Extended conceptual Metaphor Theory*. Cambridge University Press. 2020. 196 p.
3. Лакофф Дж., Джонсон М. *Метафоры, которыми мы живем*. М.: Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
4. Тресиддер Дж. *Словарь символов*. М.: Фаир-Пресс, 2001. 448 с.
5. Чудинов А.П. Становление и эволюция когнитивного подхода к метафоре. *Новый филологический вестник*. 2007. № 1 (4). С. 8 – 27.
6. Чудинов А.П. Когнитивно-дискурсивное исследование метафоры в текстах СМИ // *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования*. М.: МГУ, 2004. С. 175 – 197.
7. URL: <https://www.phrases.org.uk/meanings/124700.html>

References

1. Zykova I. *Muzyka kak istochnik frazeologicheskoy konceptualizacii mira (na materiale anglijskogo i russkogo jazykov)*. *Frazeologicne Studie VI. Nudobne motivy vo frazeologii*. 26-27 Sep-tember, 2014. Univerzita Komenskeho v Bratislave, 2014. S. 362 – 373.
2. Kövecses Z. *Extended conceptual Metaphor Theory*. Cambridge University Press. 2020. 196 p.
3. Lakoff Dzh., Dzhonson M. *Metafory, kotorymi my zhivem*. M.: Editorial URSS, 2004. 256 s.
4. Tresidder Dzh. *Slovar' simvolov*. M.: Fair-Press, 2001. 448 s.
5. Chudinov A.P. *Stanovlenie i jevoljucija kognitivnogo podhoda k metafore*. *Novyj filologicheskij vestnik*. 2007. № 1 (4). S. 8 – 27.
6. Chudinov A.P. *Kognitivno-diskursivnoe issledovanie metafory v tekstah SMI. Jazyk SMI kak ob#ekt mezhdisciplinarnogo issledovanija*. M.: MGU, 2004. S. 175 – 197.
7. URL: <https://www.phrases.org.uk/meanings/124700.html>

*Dzasezheva L.Kh., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Shardanova M.A., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Malkandueva K.K.,
Kabardino-Balkarian State University named after Kh.M. Berbekov (KBSU),
Ordokova F.M., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Kabardino-Balkarian State Agrarian University named after V.M. Kokov (KBSAU)*

Metaphorization of names of musical instruments in mass media discourse

Abstract: the purpose of the study described in this article is to study the metaphorical use of the names of instruments in the English mass media discourse. The language material was sourced from articles published in newspapers such as The Guardian, The Economist and The Independent. In the course of the study, it was revealed that, being a unique semiotic area of culture, music serves as a rich source of the metaphorization process. Musical instruments are often used as metaphors in media texts to convey a particular message or emotion. Metaphors serve as a bridge between abstract concepts and concrete representations, facilitating the process of perceiving information and constructing a more complete panoramic image. The study showed that metaphors based on the names of musical instruments are actively used in media texts to convey and interpret people's actions. They allow not only to inform about the actions of a particular person, but also to form a certain attitude towards what is happening.

The results of the study can be applied in a further broader study of the role of musical metaphors in different types of discourses. The practical application of the results of the study lies in the possibility of their use in theoretical courses on stylistics and lexicology of the English language.

Keywords: musical instrument, metaphor, musical metaphor, discourse, mass media discourse

For citation: Dzasezheva L.Kh., Shardanova M.A., Malkandueva K.K., Ordokova F.M. Metaphorization of names of musical instruments in mass media discourse. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 11 – 15.

Received: July 10, 2023; Revised: July 31, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Чурюканова Е.О., кандидат филологических наук, доцент,
Государственный гуманитарно-технологический университет*

К вопросу о фонетическом и социолингвистическом статусе ротичности в английском языке

Аннотация: в статье анализируются вопросы акцентного варьирования английского произношения на примере явления ротичности. Рассматриваются артикуляционные характеристики звука [r], позиционные варианты, возникающие в результате ассимилятивных изменений. Важнейшим критерием в описании звука является его произносимость в определённом фонетическом контексте. В работе анализируются различные позиции [r] (превокальная, поствокальная и интервокальная), детерминирующие артикуляционную реализацию звука. В результате проведенного исследования определяются сильные и слабые позиции для R, а именно: превокальная позиция является сильной для всех акцентных вариантов английского произношения, интервокальная позиция является сильной и проявляется в возникновении связующего [r] на стыке слов, образовании гласных со сложной артикуляцией (дифтонгов и трифтонгов). Поствокальная позиция является определяющей для деления акцентов английского произношения на ротические и неротические. При этом ротичность понимается как динамическая характеристика, которая проявляется в разные исторические эпохи, имеет региональное варьирование и социально-лингвистические и психологические основы.

Ключевые слова: акцент, варьирование, ротичность, фонетическая позиция, артикуляция, звук, аллофон

Для цитирования: Чурюканова Е.О. К вопросу о фонетическом и социолингвистическом статусе ротичности в английском языке // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 16 – 19.

Поступила в редакцию: 8 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 31 июля 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Фонетическая система английского языка имеет ряд особенностей, среди которых ротичность является актуальной для лингвистического описания, поскольку в пределах общего английского языка выполняет дифференцирующую функцию. В ротичности как в фонетическом явлении проявляется связь между языком и обществом, территориальное языковое варьирование и фоностилистика дифференциация. Природа ротичности и функциональная нагрузка определяют актуальность настоящего исследования. В целом ротичность связана с различными артикуляционно-акустическими вариациями звука [r] в английском языке. Фонетическое варьирование определяется рядом факторов, среди которых важнейшими являются региональные, социальные и психологические.

Звук [r] неоднороден по своим артикуляционным характеристикам в разных вариантах английского языка или имеет свойство менять присущие ему признаки. Релевантными характеристиками согласных звуков являются степень звонкости, место образования, способ образования. По работе голосовых связок [r] относится к группе сонорных согласных, помимо [j, n, m, l, w, ŋ]. По месту образования, это переднеязычный, заальвеолярный, по способу образования – щелевой. Физиологические характеристики работы органов речи при артикуляции звука [r] отличаются в зависимости от фонетического окружения, модифицирующего признаки звука. Так, в позиции начала слова перед гласной язык, находясь в нижней полости рта, принимает изогнутую форму, когда задняя часть спинки языка приподнимается к мягкому нёбу, а кончик языка, не касаясь альвеол, загибается по направлению к твёрдому нёбу, при этом губы принимают слегка округлённую форму. Находясь в положении перед гласным, [r] утрачивает всякое трение, поскольку наблюдается плавное скольжение к последующему гласному [red], [ri:d], [rok].

В интервокальной позиции артикуляционные признаки звука несколько меняются: исчезает огубленность, меняется работа языка по направлению к альвеолам (движение вниз и вперёд), в результате чего возникает небольшое трение, что приводит к возникновению фрикативного аллофона [r]: [ˈfeəri].

Ассимилятивное изменение фонетических признаков в результате воздействия соседних звуков порождает ряд аллофонов фонемы <r>. Несмотря на уподобление фонетическому контексту, наблюдается неполная ассимиляция, поскольку релевантные признаки остаются неизменными.

Частичное уподобление затрагивает степень звонкости и место образования аллофонов. Так, в позиции после шумного глухого согласного [t, k, f, p, θ] возникает частично оглушённый аллофон [r]: [traɪ], [kraɪ], [fri:]. Частичное оглушение наблюдается у всех сонорных в позиции после шумных глухих согласных звуков. Акустически это проявляется в возникновении шума, сопровождающего артикуляцию предшествующего шумного глухого согласного и переходящего на начало артикуляции сонорного [raɪ] – [traɪ].

Позиционные изменения по месту образования возникают в положении после интердентальных звуков [θ, ð]. Модификация заальвеолярности звука [r] связана с упрощением артикуляции фонетического кластера интердентального и заальвеолярного звуков. Физиологическое приспособление к упрощению артикуляционных движений объясняется стремлением к экономии речевых затрат. В результате ассимилятивного воздействия возникает альвеолярный аллофон [r]: [θri:], [wiðred].

Звук [r], помимо того, что может подвергаться ассимилятивному воздействию, в определённых фонетических кластерах оказывается доминирующим звуком, способствующим ассимиляции. Модификации наблюдаются по месту образования. Будучи переднеязычным заальвеолярным, звук [r] уподобляет место образования препозиционных альвеолярных звуков [t], [d], формируя их заальвеолярные аллофоны [tri:], [traɪ], [tru:θ], [dred], [draɪ], [drouv].

Произнесение звука [r] на месте буквы R регулируется рядом правил. Во всех вариантах английского языка универсальным считается произнесение буквы R в позиции перед гласной, например, really [ˈriəli], strong [strɒŋ], brave [breɪv]. Превокальная позиция может быть абсолютной или относительной. Абсолютная превокальная позиция характерна для звука [r] в абсолютном начале слова (rice [raɪs], read [ri:d], red [red]), включая случаи исторической элизии w в консонантном кластере wr (write [raɪt], wrist [rɪst], wrestle [ˈresl]). Относительная превокальная позиция характерна для буквы R в группе согласных, среди которых выделяются бинарные, состоящие из шумного согласного и сонорного R, например, [tr] - [tri:], [dr] - [draɪ], [kr] - [kraɪ], [gr] - [grou], [br] - [braɪt], [pr] - [preɪ], [θr] - [θri:], [ʃr] - [ʃru:d]. Невозможными для английского произношения считаются бинарные пары сонорных согласных с R, а также сочетание фрикативных [ð, [s], [z], [v], [ʒ] и аффрикат [tʃ], [dʒ].

Тринарные консонантные кластеры соответствуют схеме: шумный глухой щелевой – шумный глухой смычный - [r]: [str] ([stri:t]), [skr] ([skru:]).

Превокальная позиция R является сильной, поскольку произносится в любом акценте.

Поствокальная позиция (в положении после гласного) является слабой, что связано с отсутствием единого стандарта в произношении R в сочетании с препозиционным гласным или гласными. Согласный R изменяет тип чтения гласной буквы, формируя третий тип чтения гласных: сочетание ar [a:] - star [star:], or [o:] - sport [spo:t], er, ur, yr, ir [ɜ:] her [hɜ:], fur [fɜ:], myrtle [ˈmɜ:tl], birth [bɜ:θ].

Многокомпонентные превокальные кластеры с R в постпозиции формируют сложные фонетические формы (дифтонги и трифтонги), чтение которых регулируется рядом правил:

Ear [ɪə] - dear, fear, near

Ear [eə] - wear, bear

Air [eə] - hair, air, fair

Интервокальная позиция осложнена типом гласного в препозиции к R и постпозиции к R: are [eə], где немая E, не произносится, а указывает на тип чтения графического кластера [eə] - fare, bare, mare, в связи с чем данное сочетание можно назвать условно интервокальным.

В отличие от предыдущего кластера, сочетание ayu представляет собой настоящий интервокальный случай произношения R [ˈeəri]: Mary, scary. Однако в этом фонетическом кластере отмечается тенденция к монофтонгизации дифтонга перед звуком [r]. Таким образом, интересно отметить сохранение дифтонга в односложных словах (fair [feə], mare [meə]) и монофтонгизацию дифтонгов в двусложных словах (fairly [ˈfeəri] - [ˈferi], marry [ˈmeəri] - [ˈmeri]). Артикуляционное упрощение, связанное с монофтонгизацией, имеет социальные предпосылки, а именно характеризует речь молодого поколения – носителей английского языка. Сохранение дифтонгов в двусложных словах считается устаревшим произносительным вариантом и характеризует речь представителей так называемых Old RP, то есть речь пожилого поколения. Монофтонгизация свойственна речи молодёжи, что, в свою очередь, трактуется как факт доминирования мультикультурного акцента лондонского населения над стандартами Принятого Произношения.

Монофтонгизация приводит к омофонии в языке, что лишает гласные звуки смысловозначительной функции, например Mary – merry совпадают в фонетической форме [ˈmeri], fairly – ferry совпадают в [ˈferi].

Интервокальная позиция [r] наблюдается между дифтонгом [iə] и безударным гласным: weary [ˈwiəri].

Трифтонги имеют сложную звуковую форму и представляют собой сочетание дифтонга с нейтральным гласным:

ire/yre [aiə] fire, tyre

ower/our [auə] tower, hour

ower [ouə] lower, widower (отличаются от предыдущего случая тем, что являются дериватами, образованными с помощью суффикса -er)

ayer/ayor [eiə] player, mayor.

Произнесение буквы R является неоднозначным вопросом, предопределяется как позицией в слове, так и некоторыми экстралингвистическими факторами, под которыми мы понимаем территориальное и социальное варьирование английского произношения. Единство наблюдается в абсолютно начальной позиции и относительной начальной позиции перед гласным для всех типов и вариантов английского: read [ri:d], right [raɪt], room [ru:m]; street [stri:t], scramble ['skræmbəl]. Решающим фактором, определяющим произнесение R, является превокальная, включая интервокальную, позиции. Поствокальная артикуляция R вызывает ряд расхождений, связанных с территориальным и социальным варьированием английского произношения. Однако и здесь наблюдается совпадение в артикуляции поствокального R в позиции перед гласным на стыке слов, то есть при возникновении интервокальной фонетической позиции. Такое явление в фонетике получило название связующего R (linking R), возникновение которого на стыке слов объясняется стремлением к соблюдению чередования гласных и согласных в потоке речи. Таким образом, если слово, стоящее после слова, заканчивающегося на R, начинается на гласную, то [r] обычно вставляется в произношение, обеспечивая плавность и гармоничность произношения, например: there is [ðeəriz], are in [a:rin], far away [fa:rə'wei]. Связующий R, однако, не является обязательным, скорее факультативным, в связи с чем вполне приемлемо произнесение без [r] в словосочетаниях are in [a: in], your eyes [jo aɪz].

В отличие от связующего [r] произнесение вклиняющегося [r] (intrusive [r]) не поддерживается орфографической формой слова и реализует тенденцию к звуковому чередованию гласных и согласных, например, into [r] English, Martha [r] and Charles, you [r] and I. Вклиняющийся [r] представляет собой фонетическую ошибку (оговорку) и не рекомендуется произносительным стандартом [1].

Таким образом, не возникает сомнений по поводу артикуляции R в превокальной (интервокальной) позиции. Поствокальная артикуляция R является неоднозначной и лежит в основе деления акцентов английского произношения на ротические и неротические.

Под ротичностью в фонетике понимают произнесение исторического [r] во всех фонетических контекстах. Термин ротический акцент относится к социофонетике, поскольку характеризует варианты произносительные акценты английского языка. В неротических акцентах звук [r] произносится только в превокальной и интервокальной фонетической позиции. Традиционным примером неротического акцента считается стандарт британского произношения – Принятое Произношение (RP), который относится к социолектам, поскольку свидетельствует о социальном происхождении и принадлежности к привилегированным слоям общества. Словарь Д. Джонса, определивший орфоэпический стандарт английского произношения, свидетельствует о выпадении звука [r], так называемое r-dropping, в поствокальном положении. В современном английском языковом пространстве это положение распространяется на большинство акцентов внутри Англии, Новой Зеландии, Австралии и Южной Африки. Утрата ротичности в Англии, согласно письменным свидетельствам, начинается в середине 15 века, что отражалось в написании слов без R в частной переписке. К концу 18 века поствокальный R исчезает в позиции после гласных нижнего подъёма [a:], [o:]. Орфоэпическая неротичность английского акцента, присущая стандартному произношению, становится образцом для подражания для многих территорий, особенно портовых городов США, находящихся в постоянном контакте с носителями стандартного английского акцента [5].

Однако привезенная первыми британскими колонистами ротичность, свойственная английскому произношению в большей степени до 17 века, становится ярким фонетическим признаком американского акцента. Несмотря на то, что вплоть до конца 19 века привилегированные слои американского общества пытались освободиться от ротичности, считая неротичность признаком элитарного произношения, со временем ротичность прочно ассоциируется с акцентом США и после Второй Мировой войны становится орфоэпическим атрибутом американского произносительного стандарта, получившего распространение в масс-медиа. Кроме США, ротичность отмечается в Шотландии, Ирландии, Канаде. В целом, ротичность является устаревшим фонетическим признаком, в то время как опущение [r] в поствокальной позиции является относительно новой орфоэпической тенденцией.

На сегодняшний день произношение R регулируется фонетическими и социальными факторами [2]. Противостояние между ротическими и неротическими акцентами обусловлено территориальным варьированием английского произношения и носит динамический характер.

Литература

1. Charles Barber, Joan C. Beal, and Philip A. Shaw, *The English Language: A Historical Introduction*, 2nd ed. Cambridge University Press, 2012. 306 p.
2. Joan C. Beal, *Introduction to Regional Englishes: Dialect Variation in England*. Edinburgh University Press, 2010. 122 p.

3. Simon Horobin, *How English Became English: A Short History of a Global Language*. Oxford University Press, 2016. 187p.
4. Anne Lobeck and Kristin Denham. *Navigating English Grammar: A Guide to Analyzing Real Language*. Wiley-Blackwell, 2013. 304p.
5. Peter Trudgill *A Glossary of Sociolinguistics*. Oxford University Press, 2003. 148 p.
6. Peter Trudgill and Jean Hannah, *International English: A Guide to the Varieties of Standard English*, 5th ed. Routledge, 2013. 176 p.

References

1. Charles Barber, Joan C. Beal, and Philip A. Shaw, *The English Language: A Historical Introduction*, 2nd ed. Cambridge University Press, 2012. 306 p.
2. Joan C. Beal, *Introduction to Regional Englishes: Dialect Variation in England*. Edinburgh University Press, 2010. 122 p.
3. Simon Horobin, *How English Became English: A Short History of a Global Language*. Oxford University Press, 2016. 187p.
4. Anne Lobeck and Kristin Denham. *Navigating English Grammar: A Guide to Analyzing Real Language*. Wiley-Blackwell, 2013. 304p.
5. Peter Trudgill *A Glossary of Sociolinguistics*. Oxford University Press, 2003. 148 p.
6. Peter Trudgill and Jean Hannah, *International English: A Guide to the Varieties of Standard English*, 5th ed. Routledge, 2013. 176 p.

*Churyukanova E.O., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
State University of the Humanities and Technology*

To the question of the phonetic and sociolinguistic status of rhoticity in the English language

Abstract: the article analyzes the issues of accent variation of English pronunciation on the example of the phenomenon of rhoticity. Articulatory characteristics of the sound [r], positional variants arising as a result of assimilative changes are considered. The most important criterion in the description of a sound is its pronunciation in a certain phonetic context. The paper analyzes various positions [r] (prevocal, postvocal and intervocal) that determine the articulatory realization of sound. As a result of the study, strong and weak positions for R are determined, namely: the prevocalic position is strong for all accent variants of English pronunciation, the intervocalic position is strong and manifests itself in the formation of a binder [r] at the junction of words, the formation of vowels with complex articulation (diphthongs and triphthongs). The post-vocal position is decisive for dividing the accents of English pronunciation into rhotic and non-rhotic. At the same time, rhoticity is understood as a dynamic characteristic that manifests itself in different historical eras, has regional variation and sociolinguistic and psychological foundations.

Keywords: accent, variation, rhoticity, phonetic position, articulation, sound, allophone

For citation: Churyukanova E.O. To the question of the phonetic and sociolinguistic status of rhoticity in the English language. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 16 – 19.

Received: July 8, 2023; Revised: July 31, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Аникина Т.В., кандидат филологических наук, доцент,
Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт,
филиал Российского государственного профессионально-педагогического университета*

Лексические средства выражения политически корректных слов

Аннотация: в современной языковой и социальной среде особое место стал занимать такой коммуникативный и культурно-поведенческий феномен как политическая корректность. Особенно большое значение и влияние данный феномен приобрел в странах, говорящих преимущественно на английском языке, в таких как США, Великобритания, Канада, Австралия и прочие. Политическая корректность как языковой и культурно-поведенческий феномен в своем изначальном понимании призван обеспечить избавление от слов и выражений, способных оскорбить представителей различных групп людей по признакам, которые они не способны в себе изменить и считающихся меньшинством по отношению к большинству в данных странах (таких как инвалидов, представителей не белой расы и пр.), а также к облагораживанию их физиологических и психических особенностей с целью избегания вербального насилия и снижения социального напряжения.

Цель данной статьи – изучить лексические средства выражения политически корректных слов в английском языке. Материалом исследования являются политически корректные слова, обнаруженные в различных статьях англоязычных новостных изданий.

Классификация на лексическом уровне была произведена посредством разделения политически корректных слов на сферы, к которым они принадлежат. Политически корректные слова были обнаружены в следующих сферах: расовая дискриминация, гендерная дискриминация, дискриминации по физиологическим и умственным особенностям, возрастная дискриминация, имущественная дискриминация, профессиональная дискриминация. Практическая значимость работы состоит в том, что ее результаты могут быть использованы в обучении английскому языку, особенно в аспекте межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: политическая корректность, эвфемизм, расовая дискриминация, гендерная дискриминация, дискриминации по физиологическим и умственным особенностям, возрастная дискриминация, имущественная дискриминация, профессиональная дискриминация

Для цитирования: Аникина Т.В. Лексические средства выражения политически корректных слов // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 20 – 24.

Поступила в редакцию: 16 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 6 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 2023 г.

Язык теснейшим образом связан с менталитетом, культурой и традициями его носителей, поэтому многие процессы и явления, происходящие в обществе, находят свое отражение в системе языка. За последние десятилетия словарный состав английского языка претерпел значительные изменения, которые во многом определены изменениями в общественной сфере. В английском языке возникла и получила широкое распространение культурно-поведенческая тенденция, именуемая «политическая корректность». Рассмотрим данное понятие подробнее.

В научной среде не существует однозначного определения данного термина: одни ученые дают ему положительное определение – они считают его инструментом избегания оскорбления «ущемленных» групп людей (намеренно или же случайно) и воспитания толерантного и уважительного отношения к окружающим. Другие же ученые наоборот, дают этому термину отрицательное определение – они считают, что, несмотря на свое изначальное благородное намерение, практика политкорректности в нехороших руках может стать инструментом пропаганды, цензуры и давления на тех, кто думает иначе, отвлекая внимание людей от реальных проблем, не давая называть им многие вещи своими именами.

Так, например, российский лингвист С.Г. Тер-Минасова считает, что политическая корректность языка выражается в стремлении найти новые способы языкового выражения взамен тех, которые задевают чувства и достоинство индивидуума, ущемляют его человеческие права привычной языковой бестактностью и/или прямолинейностью в отношении расовой и половой принадлежности, возраста, состояния здоровья, социального статуса, внешнего вида и т.д. [2].

Схожей позиции придерживается британский исследователь Д. Моллер. Он определяет политкорректность как попытку установить нормы речи и поведения для защиты социальных групп, которые считаются уязвимыми, маргинальными или исторически притесняемыми, сформировать дискурс, свободный от рече-

вых проявлений, которые содержат в себе опасность оскорбления, произвола, поругания, снижения самооценки представителей этих групп и их сторонников [3].

Также стоит отметить подход российских ученых С.П. Поцелуева, А.В. Курбатова и А.С. Маник. В рамках своего исследования данные ученые обозначают политическую корректность как символическую цензуру, которая, в свою очередь, означает «совокупность главным образом неофициальных, но также полуофициальных и реже официальных запретов, общим отличительным признаком которых является табуирование символических значений, рассматриваемых теми или иными коллективными социально-политическими факторами в качестве этически недопустимых и политически провокационных» [1, с. 215].

Таким образом, на примере данных подходов можно проследить серьезное расхождение в отношении понимания феномена политической корректности и его влияния на язык и коммуникацию. Что же касается понятия политической корректности как языкового явления в контексте данной работы, то его можно сформулировать следующим образом. Политическая корректность как языковое явление – это попытка уйти, путем создания определённых лексических норм и правил, от использования слов, выражений и семантических конструкций которые унижают (намеренно или же неосознанно) представителей различных, так называемых, уязвимых групп людей за счет акцентирования негативного внимания на таких признаках как: раса, пол, национальность, различные физиологические особенности и/или отклонения, умственные способности и пр., которые даны им с рождения и которые они не в силах изменить. Осуществляется данный процесс преимущественно различными общественными и политическими институтами, а также СМИ.

Для того чтобы исследовать явление политической корректности в англоязычной культуре, мы ориентировались на материалы англоязычных СМИ, так как они являются наиболее полным источником лексики в условиях невозможности нахождения в англоязычном обществе. Для анализа были выбраны наиболее известные англоязычные медиа-ресурсы, такие как: *The New York Times*, *ABC News*, *CBS News*, *NBC News*, *CNN News*, *BBC News*, *Sky News*, *APTN National News (Canada)*.

Выбор вышеупомянутых медиа-ресурсов обусловлен их высокой посещаемостью, широкой распространенностью и популярностью у различных групп населения. При этом были выбраны наиболее популярные и известные источники англоязычных стран – США, Великобритании, Канады и Австралии.

Политкорректность в языке реализуется на трех уровнях: морфологическом, лексическом и синтаксическом. В данной работе рассмотрим лексический уровень языка. На лексическом уровне политкорректность охватывает следующие сферы: расовая и этническая принадлежность людей, и т.д. На примере англоязычных онлайн изданий рассмотрим употребление политкорректной лексики в различных сферах.

1. Слова, направленные на избегание расовой и гендерной дискриминации.

Одними из самых обширных и активно развивающихся разделов политически корректной лексики являются расовый и гендерный. Связано это, прежде всего, с политической ситуацией и с динамичными социальными преобразованиями в англоговорящих странах, а также с тем, что историческая ситуация развития американского общества делала вопрос расовой и половой принадлежности людей зачастую определяющим их социальное положение и отношение к ним в обществе.

Ярким примером проявления расовой политкорректности является эволюция обращения к африканцам, живущим в США. Изначально пренебрежительное слово *nigger* (которое в настоящее время имеет статус табуированного и вместо которого используется эвфемизм *n-word*) стало заменяться словом *Negro*, которое со временем также ушло из обихода. В XX веке в речи укоренились такие варианты как *black*, *Person Of Color* и, в результате борьбы за права чернокожих, такой вариант, как *African-American* (*This week, two African-American men were killed by police officers*). После событий мая 2020 года в результате которых большее влияние получило движение *Black Lives Matter*, в американской прессе слово *black* стало писаться с большой буквы в случаях, когда говорится о представителях негроидной расы (*Today, against this backdrop of loss and displacement, San Francisco is weighing reparations that would compensate Black residents for policies that drove them away and hindered their economic opportunities*).

Возможной критике с точки зрения этимологии можно подвергнуть эвфемизм *African-American*, так как он подразумевает, что все представители негроидной расы, когда-либо жившие и живущие в США, являются выходцами из Африки, что является не совсем корректным, особенно в настоящее время, так как большая часть ныне живущих в США представителей негроидной расы рождается там же или в других, не африканских странах и, соответственно, не имеет никаких связей с Африкой.

Также изменениям в связи к стремлению к политкорректности подверглось наименование представителей Азии. Изначально, в США и Европе по отношению не только к людям, но и к культуре этих стран, использовался термин *Oriental* (*восточный*). Данный термин был введен европейскими исследователями и обозначал страны и культуры, находящиеся к востоку от Европы. В связи с некоторой ограниченностью данного термина, так как он подразумевал только представителей восточноазиатских стран, стал использо-

ваться более широкий термин *Asian*, который впоследствии, по принципу слова *African*, стал комбинироваться со словом *American* (*U.S. born Asians are substantially younger than the rest of the Asian American population*).

Терминология в отношении американских индейцев также претерпела изменения: изначальное, также пренебрежительное обращение *Red Indians* (*краснокожие*), стало заменяться на *Native Americans* (*коренные американцы*): *In 2020, the number of people who identified as Native American alone and in combination with another race was 9.7 million, up from 5.2 million in 2010. They now account for 2.9% of all the people living in the United States.* В Канаде в отношении американских индейцев стал использоваться такой вариант как *First Nations* (*First Nations have worse health and educational outcomes, worse housing, and less access to critical services than any other population in Canada. This is entirely due to federal funding practices, policies and discriminatory legislation – some of which has been on the books since 1876*).

Что касается гендерного раздела, то здесь также происходит большее количество изменений.

Под влиянием борьбы женщин за свои права и более радикальных феминистических движений, в английском языке стали изменяться слова, обозначающие различные профессии и явления действительности, имеющие в своем названии суффикс *man*:

- в одних случаях суффикс *man* стал заменяться на *woman*: *businessman – businesswoman* (*A businesswoman refused to pay a ransom after her Instagram account was hacked*) и т.п.;
- в других случаях суффикс *man* стал заменяться на *person*: *chairman – chairperson, spokesman – spokesperson* (*Former Trump spokesperson Taylor Budowich testifies in documents investigation*), *salesman – salesperson* и т.д.;
- в определенных же случаях суффикс *man* стал исключаться из слова в принципе и заменяться другим словом: *cameraman – camera operator, manhole – maintenance hole, fireman – firefighter* (*Firefighters told to wear protective gear less to limit exposure to 'forever chemicals' linked to cancer*), *policeman – police officer, tax man – tax officer, barman – bar attendant, mankind – humankind* (*Fossils in the Cradle of Humankind site reignite debate over origins of humans*) и т.д.

Под влиянием движений за права сексуальных меньшинств серьезным изменениям подверглись местоимения в английском языке: местоимение *he / his* стало терять свою позицию местоимения «по умолчанию», то есть используемого тогда, когда абстрактно говорится о каком-либо человеке, и вместо него стало использоваться местоимение множественного числа третьего лица *they / them* даже когда говорится только об одном человеке в тех случаях, когда его половая принадлежность предварительно неизвестна или же когда такой человек идентифицирует себя как «*non-binary*», то есть ни как мужчина и ни как женщина (*I had a talk with him and his mother – I had a talk with them and their mother*). В добавок к этому, в США, по крайней мере, человек теперь имеет право выбирать себе любые местоимения, не меняя при этом пол, из списка таких, которые уже существуют, либо же он может создать для себя какой-то уникальный вариант, как, например: *zie/zim/zis/zieself* или же *ve/ver/vis/verself* и т.п.

Также политкорректности подверглось слово *gay*. Будучи заимствованным из французского, данное слово в своем изначальном значении означало «веселый / беззаботный человек», но, с середины XX века, оно приобрело негативный окрас и стало использоваться как оскорбительное в отношении представителей сексуальных меньшинств, а также в отношении различных вещей, таких как стиль в одежде или же особенностей поведения, которые считались «не мужественными». В отличие от большинства подобных слов, оно не перестало использоваться в речи, а просто приобрело позитивный окрас, вместо негативного, в связи с чем такие выражения, как «*That's so gay!* (*Это какая-то фижня!*)» стали недопустимыми.

Влияние политкорректности отразилось и на обозначениях близких связей людей. Все чаще вместо слов *husband* (*муж*) и *wife* (*жена*) стало использоваться слово *partner* (*партнер*) по отношению к представителям обоих полов (*He and his partner are going to spend their honeymoon in Hawaii; She and her partner have recently adopted two children*).

2. Слова, направленные на избегание дискриминации по физиологическим и умственным особенностям.

Также довольно обширным разделом политически корректной лексики являются эвфемизмы, смягчающие или преуменьшающие различные физиологические, психологические и/или поведенческие отклонения людей от, так называемой, нормы.

Что касается физиологических отклонений и особенностей, то здесь в основном избегается прямое название какого-то отклонения, а вместо него используется эвфемизм со словом *impaired* (*ограниченный/ослабленный*), или же *challenged* (*испытывающий трудности*). Так, например: *blind – sight impaired* (*Alternatively, if you have all your visual field, you will usually have to have a very poor visual acuity to be certi-*

fied as **sight impaired**), deaf – hearing **impaired**, short – vertically **challenged** (*Bauua Singh is a vertically challenged man from Meerut who faces difficulty falling in love. He finds his companion in Aafia Bhinder, a NASA scientist with cerebral palsy*) и т.д. В других же случаях используется простое смягчение значения или же метафорический перенос: fat – *big-boned*, midget/dwarf – *little person*, skinny – *slim*, the disabled – *differently-abled* (*The investment in the state will create over 5,000 jobs, including employment opportunities for women and differently-abled people*), ugly – *unconventional-looking* (*An unconventional-looking actor for the time period, Hoffman had difficulty getting roles in an industry primarily looking for pretty faces*) и т.д.

В отношении же различных психологических и поведенческих отклонений людей практически всегда используется способ метафорического переноса:

- психологические отклонения: insane – *person with a mental health condition* (*Too often, owing to neglect and irrational fear, persons with mental health conditions are marginalized not only from having a role in the design and implementation of policies and programs, but even from basic care*), idiot – *behaviorally challenged* (*Helping the Behaviorally Challenged Children is the only organization in Orange County focused exclusively on a system of care around collaborative problem solving*);

- поведенческие отклонения: juvenile delinquents – *children at risk* (*Children have often been labelled as at-risk with a variety of many pointers ranging from having experienced abuse or mistreatment, having disabilities or illness or having exhibited one form of behavioral problems or the other*), drug addict – *person with a chemical dependency* (*Many experts theorize that chemical dependency is hereditary*), drug habit – *substance use disorder* (*There is a significant stigma surrounding addiction in general which makes people with a substance use disorder less likely to want to acknowledge the disorder and get help*) и т.д.

3. Слова, направленные на избегание возрастной, имущественной и профессиональной дискриминации.

Менее обширным и менее развивающимся разделом политически корректной лексики являются эвфемизмы, направленные на избегание возрастной, имущественной и профессиональной дискриминации. Здесь также основным способом создания новых слов является метафорический перенос, например: old people – *senior citizens* (*Many community groups have special programs for senior citizens*).

Что касается профессиональной дискриминации, то здесь, за счет эвфемизмов, происходит стремление к приданию какой-либо, так называемой, менее почетной в глазах общества профессии или же деятельности некоторого уровня престижности, с целью ухода от пренебрежительного к такой деятельности отношения. Результатом чего может быть повышение статуса как самой деятельности, так и людей, осуществляющих ее. Так, например: bin man – *cleanliness technician*, cleaner – *facility manager*, secretary – *administrative assistant* (*However, typing, filling forms and answering phone calls are the basic responsibilities of an administrative assistant*) и т.д.

Избегание же имущественной дискриминации достигается либо посредством простой эвфемизации, как, например: slum – *economically deprived area* (*The mayor of Riace, a seaside village in a depopulated and economically deprived area in the south of Italy, turned the arrival of migrants into a win-win situation, providing opportunities for the newcomers and revitalizing the local community*), либо же посредством метафорического переноса, из-за чего происходит некоторое преуменьшение реального бедственного положения людей: homeless – *residentially flexible*, job losses – *restructuring* (*Nevertheless, the more concrete support is resisting restructuring at home*), poor – *marginalized* (*Applicants from high-income countries will not be considered except those representing marginalized communities*) и т.д.

По итогам анализа лексических особенностей политически корректной лексики можно прийти к выводу о том, что преобладающими сферами данной лексики являются расовая и гендерная. Это закономерно, так как в связи с историческими особенностями образования и развития американского общества (явление политической корректности зародилось именно в США) в нем присутствовало серьезное разделение людей по половой и, особенно, расовой принадлежности (так называемая расовая сегрегация). На протяжении развития общества от данных практик стали отказываться, но тема расизма и сексизма все еще оставалась довольно болезненной. Как следствие всего этого, различными демократическими институтами стала предприниматься практика «сглаживания» напряжения в обществе и уравнивания в правах всех людей посредством введения в речь эвфемизмов взамен старых, оскорбительных обращений с целью уйти от дискриминации. В связи с расширением прав и усилением влияния представителей ЛГБТ движения на Западе в последние годы, влиянием радикальных феминистических движений, а также следствием событий мая 2020 года в американском городе Портленд, тема расовой и гендерной дискриминации в США снова стала чрезвычайно актуальной, в результате чего за последние три года политически корректный английский язык претерпел и продолжает претерпевать заметные изменения и нововведения, в первую очередь касающиеся вопросов расовой и гендерной принадлежности людей.

Феномен политической корректности представляет собой попытку регуляции языка и, соответственно, мышления и поведения людей с целью создания так называемого равноправного общества, в котором отсутствует любая дискриминация. Неизвестно, как сильно может преобразиться английский язык под влиянием феномена политкорректности в будущем, в связи с чем, вопрос изучения особенностей данного феномена скорее всего еще будет оставаться актуальным на протяжении ближайших нескольких лет.

Литература

1. Поцелуев С.П., Курбатов А.В., Маник А.С. Политическая корректность как политическая цензура: к иронии одного концепта // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2021. № 1. С. 214 – 223.
2. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. Москва: Слово, 2000. 352 с.
3. Moller D. Dilemmas of political correctness // Journal of Practical Ethics. 2016. URL: <http://www.jpe.ox.ac.uk/papers/dilemmas-of-political-correctness/> (accessed: 30.04.2023)

References

1. Poceluev S.P., Kurbatov A.V., Manik A.S. Politicheskaja korrektnost' kak politicheskaja cenzura: k ironii odnogo koncepta. Gosudarstvennoe i municipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski. 2021. № 1. S. 214 – 223.
2. Ter-Minasova S.G. Jazyk i mezhkul'turnaja kommunikacija. Moskva: Slovo, 2000. 352 s.
3. Moller D. Dilemmas of political correctness. Journal of Practical Ethics. 2016. URL: <http://www.jpe.ox.ac.uk/papers/dilemmas-of-political-correctness/> (accessed: 30.04.2023)

*Anikina T.V., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute,
branch of Russian State Vocational Pedagogical University*

Lexical means of expressing politically correct words

Abstract: in modern linguistic such communicative and cultural-behavioral phenomenon as political correctness plays a special role. This phenomenon has become especially important and influential in English-speaking countries such as the USA, Great Britain, Canada, Australia and others. Political correctness as a linguistic and cultural-behavioral phenomenon in its origin is intended to eliminate words and expressions that can offend representatives of various groups of people in different situations that they are not able to change and are considered a minority in relation to the majority in these countries (such as people with disabilities, etc.). Such words also serve to enoble of their physiological and mental characteristics in order to avoid verbal violence and reduce social tension.

The purpose of this article is to study lexical means of expressing politically correct words in English. The material of the study is politically correct words which are taken from various articles of English-language media resources.

All the examples of politically correct words are divided into the spheres according to their lexical meaning. Politically correct words are found in the following areas: racial discrimination, gender discrimination, discrimination based on physiological and mental characteristics, age discrimination, property discrimination, professional discrimination. The results of the research can be used in teaching English, especially in the aspect of intercultural communication.

Keywords: political correctness, euphemism, racial discrimination, gender discrimination, discrimination based on physiological and mental characteristics, age discrimination, property discrimination, professional discrimination

For citation: Anikina T.V. Lexical means of expressing politically correct words. Philological Sciences Bulletin. 2023. 3 (8). P. 20 – 24.

Received: July 16, 2023; Revised: August 6, 2023; Accepted: September 5, 2023.

Гомозякова А.В.,
Евсеева Э.А.,
Сибирский федеральный университет

Видеоблагодарность с фронта: жанровая структура и ценностные ориентации

Аннотация: в статье представлены результаты исследования текстов-благодарностей военнослужащих жителям России за письма-поддержки, отправленные на фронт. Объектом анализа выступили видеобращения бойцов, тексты которых рассматриваем как реактивный вторичный речевой жанр (ответ на письмо-поддержки от мирных граждан), включающий в свой состав ряд первичных жанров. Предметом – ценностные ориентации, содержащиеся в видеообращениях (за что благодарят солдаты мирных граждан, на чем делают акцент в текстах-благодарностях). Ведущая цель работы – выявить смыслы, которые эффективно воздействуют на позитивное психоэмоциональное состояние солдат, способствующее укреплению их жизнестойкости.

Ключевые слова: видеообращения солдат, текст-благодарность, речевой жанр, ценностные ориентации, концепт

Для цитирования: Гомозякова А.В., Евсеева Э.А. Видеоблагодарность с фронта: жанровая структура и ценностные ориентации // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 25 – 30.

Поступила в редакцию: 14 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 6 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Введение

Сегодня основной формой дистанционной коммуникации является взаимодействие посредством технических средств (смартфон, компьютер). Благодаря социальным сетям и мессенджерам мы можем общаться не только текстовыми сообщениями, но и через видеосвязь и отправку видеофайлов. Ценность видеобращения особенно проявилась сейчас, когда идет специальная военная операция на Донбассе, когда граждане РФ разных возрастов и социальных статусов пишут письма русским солдатам со словами поддержки. Письма на фронт являются фактором, способствующим развитию жизнестойкости военного – помогают справиться с напряжением, формируют и укрепляют жизнестойкие убеждения солдат, которые являются основой способности личности к адаптации в стрессовых ситуациях и к стремлению поддерживать собственное здоровье. Бойцы, в свою очередь, пишут письма-благодарности, записывают видеообращения. Нередки случаи, когда солдаты, возвращаясь в мирную жизнь, разыскивают авторов полученного на фронте послания и лично благодарят за теплые слова, так важные для них в экстремальные моменты. В ситуации такого коммуникативного взаимодействия проявляются, с одной стороны, потребность мирных жителей поддержать бойцов, выраженная посредством инициального жанра «письмо на фронт», с другой – желание военнослужащих ответить благодарностью на эту поддержку, сформулированную через реактивный жанр «послание с фронта» (здесь опираемся на классификацию речевых жанров, разработанную Т.В. Шмелевой [10]).

В исследовании [3] мы уже обращались к проблеме выявления ценностного компонента текстов речевого жанра «письмо русскому солдату на фронт», где, среди прочего, ставился проблемный вопрос «Влияет ли письмо из мирной жизни на самоощущение, мотивацию и, главное, выживаемость человека, находящегося в страшных условиях войны?». Ответ на этот вопрос дают, среди прочего, тексты-видеообращения солдат с фронта. Ведущая задача работы – выявление содержащихся в видеоблагодарностях ценностных смыслов, которые эффективно воздействуют на позитивное психоэмоциональное состояние солдат, их смысложизненные ориентации, которые способствуют поддержанию у солдат жизнестойкости (термины «смысложизненные ориентации» и «жизнестойкость» принадлежат Д.А. Леонтьеву [7]).

Письма с фронта уже неоднократно становились объектом изучения ученых разных научных направлений [4, 5, 8, 9], а такая разновидность послания с фронта, как «видеообращение-благодарность солдата», еще не была подвергнута анализу. Новизна представляемого исследования объясняется не только оригинальным эмпирическим материалом, но и поставленной задачей, которая достигается посредством комплекса методических приемов: смысловой интерпретации устной речи, концептуального анализа и выявления семантических и прагматических характеристик, содержащихся в видеообращениях, а также метода контент-анализа.

Эмпирическим материалом послужили видеоролики, записанные российскими военнослужащими и выложенными в соцсети ВКонтакте, чатов мессенджера Telegram и видеохостинга YouTube. Общее количество проанализированных видеороликов составило 35 единиц.

2 Обсуждение результатов исследования

2.1 Структура текстов-видеоблагодарностей

Особенностью видеообращений является то, что такого рода тексты передают информацию не только с помощью вербальных средств, но и невербальным путем через мимику, выразительные позы, жесты и под. Анализируя видео с видеоблагодарностями солдат, мы столкнулись с проблемой отсутствия возможности увидеть лица молодых людей – большинство военных были в масках или их лица скрыты при видеомонтаже. Поэтому ведущим параметром передачи смысла текста, позволяющим вскрыть его содержание, является вербальный.

Структура текстов-видеоблагодарностей строится по традиционной схеме: введение, основная часть, заключение.

1. *Вводная часть* видеообращений в большинстве своем содержит приветствие, обращение к адресанту и слова благодарности, а в некоторых видеопредставлении солдат. Эти смысловые элементы сочетаются в разных комбинациях, например: *Шарапов Даниил, спасибо тебе огромное за...; Выражаем слова благодарности жителям города...; Здравствуйте уважаемые дети, ангелы наши! Хотелось бы мне поблагодарить вас за...; Мы – бойцы третьей бригады специального назначения, хотим выразить особую благодарность жителям...; Я со взвода Связи, батальон Кедр.*

Из 35 проанализированных текстов лишь в 7 видеообращениях содержалось этикетное слово «Здравствуйте». Иногда солдаты использовали речевую формулу *Приветствуем!* или *Всем доброго дня!*. Наиболее частотными в видео посланиях выступали обращения *Дорогие наши дети!*; *Дорогие школьники!*; *Дорогие друзья!*; *Уважаемая...*, которые выполняют синкретическую функцию, одновременно выполняя роль обращения и приветствия. Частотны конструкции обращений, в которых военнослужащие употребляют слово «друг» (*Дорогие друзья!*, *Спасибо, друзья!*), указывающее на особое отношение к адресанту, желание подчеркнуть близость, общность интересов. Сравните в этой связи толкование слов «друг» (2. Странник, защитник кого-чего-либо) и «дружба» (Близкие отношения, основанные на взаимном доверии, привязанности, общности интересов) [Толковый словарь русского языка, 2007]. Отправленные на фронт письма-поддержки становятся той опорой, которая так нужна в опасной и непростой ситуации.

Обращает внимание частотность использования прилагательного «*дорогой*» в построении конструкций-обращений. Авторы видеопосланий тем самым выражают не только уважение к людям, написавшим письма, но и потребность стать ближе к автору, продемонстрировать единение с ним.

2. *Основная часть* текстов-видеоблагодарностей конструируется авторами из текстовых фрагментов, которые относятся к следующим речевым жанрам: поддержка, похвала, обещание, пожелание, воспоминание, передача приветов, слова-благодарности.

Поддержка: *Не переживайте, все будет хорошо!*

Похвала: *Ты большая молодец!*

Обещания: *Мы обещаем вам мирного неба над головой, спасибо за ваши теплые слова; Конечно, вы тоже много пережили – мы будем стараться, чтобы у нас прошло все хорошо, и чтобы жили мы также хорошо и счастливо, как жили все эти годы; Все поставленные задачи будут нами выполнены; Обещаем, что мы не подведем и не отступим, пока не выполним боевую задачу до конца!*

Пожелания: *Удачи вам, и огромное спасибо!; Свободы вам, мира, любви и счастья; Желаем тебе хорошей учебы, а родителям здоровья.*

Воспоминание: *Трудно забыть торжественные проводы в военкоматах, напутственные слова земляков, представителей власти и, конечно, наших родных, близких.*

Передача приветов: *Привет солнечной Бурятии; Всем привет, земляки!*

Слова благодарности солдаты выражают за присланную гуманитарную помощь, за поддержку и искреннюю веру в их силу и стойкость: *Большое спасибо девочкам, которые ночами вяжут носочки!; Благодаря вашим письмам, мы не прогнемся...; Мы очень ценим ваши слова и поддержку. Ваши письма греют нам душу; Хочу сказать огромное спасибо студентам алтайского государственного аграрного университета – я в нем как бы учусь.*

Солдаты, выражают благодарность не только детям, написавшим письма, но и их учителям, родителям, которые воспитали в них добрые сердца: *Отдельно хотим выразить благодарность вашим учителям и воспитателям, за то, что ведут вас в правильном направлении; Желаем тебе хорошей учебы, а родителям здоровья; Мы хотим выразить огромную благодарность всем детям, которые написали письма, а также их родителям за достойное и правильное воспитание.*

3. *Заключительная часть* строится с использованием первичных жанров «благодарность», «пожелание» и «обещание».

Жанр «благодарность» в посланиях с фронта содержится не только в основной части видеообращений, но и в заключительной части. Военнослужащие тем самым подчеркивают, насколько для них важны вдохновляющие слова соотечественников, любая помощь и искренняя вера в победу: *Спасибо вам огромное!; Спасибо вам большое за всю вашу помощь!; Спасибо вам за теплые слова!*

Жанр «пожелания» реализуется такими высказываниями: *Свободы вам, мира, любви и счастья. Слушайте своих родителей, делайте уроки и учитесь!* (в этом высказывании наблюдаем еще и наставление); *Желаем тебе хорошей учебы, а родителям здоровья!; Хочу вам пожелать долгих лет жизни, огромнейшего крепкого здоровья, и чтобы у вас все было хорошо в жизни; Учитесь хорошо, и все будет у вас хорошо!*

Речевой жанр «обещание» в видеообращениях бойцов выражается фразами, по форме представляющими собой лозунги: *Победа будет за нами!; Наше дело правое – победа будет за нами!; Такая поддержка помогает нам побеждать; Вместе мы сила! За нами будет победа; Верьте в нас, и мы вернемся к вам с победой!; Обещаем, что мы не подведем и не отступим, пока не выполним боевую задачу до конца!; Когда мы едины – мы непобедимы!; Все будет, как говорится, чин-чинарем!*. В проанализированных видеоблагодарностях было выявлено 28 единиц такого рода.

Специфику видеоблагодарностей составляют, помимо жанровой структуры, языковые особенности таких текстов. Остановимся на наиболее ярких из них.

В некоторых видеообращениях при помощи уменьшительно-ласкательных суффиксов выражено то, как сильно солдаты рады письмам, как ценят присланные подарки и искренне хотят поблагодарить: *«Большое спасибо девочкам, которые ночами вяжут носочки!»*, *«...спасибо вам, ангелочки вы наши»*, *«...дорогие детишки...»*, *«Большое спасибо хозяйшкам Клина <...> Сегодня вот они нам в честь масленицы приготовили блинчиков, чтоб мы покушали»*, *«Передали маленький кусочек надежды, счастья, радости»*.

Свою речь военнослужащие дополняют различными эпитетами (*неоценимый, бесценный, солнечный, надежный, безграничный, торжественный, равнодушный, теплый, светлый, замечательный*), которые помогают им в полной мере выразить благодарность людям, пишущим письма и отправляющим гуманитарную помощь. Эпитеты «ценный» и «неоценимый» встречаются наиболее часто, указывая, как сильно дорожат солдаты стараниями мирных жителей. Эпитеты в видеообращениях имеют положительный оттенок, так как у военнослужащих нет сомнений в скором мирном небе над головой; они рады, что не забыты, что их помнят и любят.

Чаще всего в проанализированном материале встречается местоимение *мы*, которое используют солдаты, когда благодарят людей за отправленные письма (*Мы очень рады, что вы за нас переживаете, болеете; Мы чувствуем особую поддержку нашей большой страны; Мы здесь ради вас...; Мы держимся...*). Тем самым авторы видеопосланий не выделяют себя, они показывают, что на фронте находится множество военнослужащих, и они все вместе подвергают себя опасности каждый день. Бойцы не по одиночке идут в бой, не по одиночке скучают по родным и мечтают о мирном небе над головой, они переживают трудности большой семьей.

2.2 Ценностные ориентации в видеоблагодарностях с фронта

Война – чудовищное столкновение, которое, безусловно, оставит шрам в душе каждого солдата. В момент войны у защитника драма случается не только вовне, но и разворачивается внутри. Человек сталкивается с гаммой невыносимых чувств – страха, ужаса, ярости, горя, с одной стороны, и долга – с другой. К. Олдвин военные действия относит к категории травм – короткое по продолжительности, но сильное по воздействию явление, событие (цит. по [2]). Чтобы справиться с травматичными событиями, психика адаптируется к условиям среды. Однако письма, которые мирные граждане пишут на фронт, способны пробудить в солдатах теплые чувства и эмоции, которые бойцы выражают в видеоблагодарностях. Наша задача в такого рода посланиях выявить концепты, раскрывающие ценностные ориентации военнослужащих.

Под термином «ценностные ориентации» понимаем «важный компонент мировоззрения личности или групповой идеологии, выражающий (представляющий) предпочтения и стремления личности или группы в отношении тех или иных обобщенных человеческих ценностей (благополучие, здоровье, комфорт, познание, гражданские свободы, творчество, труд и т.п.)» [2].

Б.С. Алишевым предложена трехуровневая модель структуры ценностей личности и культуры, состоящая из основного ценностного отношения, трех типов функциональных ценностей и операциональных ценностей [1, с. 10]. Центральный уровень этой модели составляют следующие типы функциональных ценностей: первичные функциональные ценности (красота, польза, справедливость, добро и др.), ценности – сферы жизнедеятельности (семья, работа, общественная жизнь) и ценности – способы жизнедеятельности

(саморазвитие, покой, статус и др.). Данная модель характеризует личность, функционирующую в мирной жизни.

В текстах-видеоблагодарностях с фронта преобладают первичные функциональные ценности. Так, нами были выявлены следующие концепты, раскрывающие ценностные ориентации военнослужащих (цифровым индексом указываем количественное упоминание в проанализированных текстах лексических единиц, формирующих тот или иной концепт): победа – 29, тепло (душевное) – 23, поддержка – 18, сила – 9, вера – 7, любовь – 6, здоровье – 6, забота – 5, дом – 4, защита – 3, надежный тыл – 2, Родина – 2. Остальные лексические единицы (доверие, помощь, переживание, правда, причастность и др.) встретились в видеоблагодарностях по одному разу. Количественное упоминание в текстах-видеоблагодарностях с фронта позволяет проследить логико-смысловую связь выявленных концептов. В видеообращениях военнослужащие благодарят мирных граждан РФ за веру, любовь, пожелание здоровья, заботу, душевное тепло, хорошие вести из дома (под домом подразумевается малая родина), создание надежного тыла, что придает силы, оказывает психологическую поддержку и формирует веру в победу. Победа в текстах-видеоблагодарностях выступает ядерным концептом. Это то, к чему стремятся солдаты на фронте и чего ждут от них мирные жители.

Продемонстрируем реализацию концептов «тепло» (душевное) и «вера» в текстах-видеоблагодарностях.

Солдаты отмечают в посланиях, что письма на фронт и подарки, пришедшие на фронт из мирной жизни, дарят ощущение душевного тепла, которое придает силы на борьбу: *Они (вязанные носки) будут греть наши ноги и нашу душу; ...оно (поздравление) греет нам душу этой зимой холодной; Ваши письма греют нам душу; Ваши звёздочки (детские подарки) очень греют нам душу и поднимают боевой дух* и под. Из всех проанализированных видео мы выделили 24 фразы такого характера.

В стрессовых ситуациях творчество может стать копинг-стратегией для работы с переживаниями. Так, в одном из видеообращений солдат читает стихотворение, используя анафору: *«За искренность спасибо, / За веру в правоту. / За веру в наши силы, / За вашу доброту»*. Несколько раз повторяется слово «вера»: солдаты знают, что они не одни, что их соотечественники верят в них, благодаря этой вере бойцы находят в себе силы выполнять поставленные командирами задачи.

Обнаруженные концепты способствуют раскрытию макроконцепта «благодарность». Ведущая цель видеообращений солдат с фронта – высказать слова признательности за оказанную поддержку, содержащуюся в письмах на фронт. Для солдат очень важно и ценно получать письма – об этом свидетельствует тот факт, что из 35 проанализированных видео мы насчитали 80 фраз с благодарностью (*Большое, огромное спасибо!; Спасибо большое!; Спасибо!; Спасибо тебе огромное!; Выражаем безграничную благодарность!* и др.).

Заключение

В ходе анализа видеообращений-благодарностей русских солдат в ответ на письма, полученные на фронте, мы пришли к следующим выводам:

1. Тексты-видеообращения с фронта рассматриваем как (1) реактивный жанр – ответ на полученное письмо на фронт из мирной жизни, (2) как вторичный речевой жанр, включающий ряд первичных жанров. Послания с фронта имеют традиционную структуру: введение, основная часть, заключение. Вводная часть таких посланий представлена такими первичными жанрами, как приветствие, обращение и благодарность (за поддержку); основная часть реализуется текстами жанров: поддержка, похвала, обещание, пожелание, воспоминание, передача приветов, благодарность; заключение формируется высказываниями, соответствующими жанрам благодарность, пожелание и обещание. Речевые высказывания жанра «благодарность», как видим, могут находиться в любой структурной части рассматриваемого типа текста.

2. Тексты-видеоблагодарности с фронта характеризуются рядом специфических особенностей. В них присутствует особый эмоциональный стиль, выражающийся в большом количестве восклицательных предложений. Отличительной особенностью обладают видеоблагодарности детям – в таких сообщениях присутствует большое количество уменьшительно-ласкательных обращений, в которых солдат вкладывает нежность, благодарность родителям и учителям за правильное воспитание детей. Особое внимание солдаты уделяют детскому творчеству – рисунки, открытки, талисманы и под. Получив их, солдаты становятся обладателями «знака», который подсвечивает общий ценностный опыт адресата и адресанта, что может поддержать в трудных боевых ситуациях.

3. Воздействующей силой, поддерживающей бойцов на фронте, выступают, как следует из видеопосланий солдат, ряд ценностных ориентиров, обращенных к соотечественникам. Эти ориентиры представляют своего рода ответы на вопросы классифицирующего типа: (1) За что воюет солдат? – дом, Отчизна, Родина, светлое будущее; (2) За кого воюет солдат? – семья, ангелочки (о детях), дети, их родители и учителя; (3) Какой цели хочет достичь солдат? – победа, свобода, мир, любовь, счастье, спокойствие; (4) Что дает силы

воевать? – любовь, забота, поддержка, доверие, вера в победу (со стороны мирных жителей), «огромная сила за нашими плечами» (письма на фронт придают силы бойцам).

4. Письма – важный элемент, который может поддержать боевой дух и жизнестойкость военного. В работе [3], посвященной анализу писем на фронт, были выделены следующие ценностные смыслы, доминирующие в сознании авторов этих посланий: бесстрашие, возвращение, героизм, дом, жизнь, защитник, здоровье, отвага, мужество, Отчизна, победа, преодоление, Родина, семья, сила, смелость, стойкость, трудности. В ответ на эти письма бойцы в видеообращениях-благодарностях делают акцент на таких частотных концептах, как: победа, тепло (душевное), поддержка, сила, вера, здоровье, любовь, забота, дом и нек. др. Обнаруженные в текстах-видеоблагодарностях концепты, вскрывшие ценностные ориентации военнослужащих, способствуют раскрытию макроконцепта «благодарность».

Литература

1. Алишев Б.С. Психологическая теория ценности: системно-функциональный подход: автореф. дис. ... док. психол. наук. Казань: ИСПО РАО, 2002. 32с.
2. Большой психологический словарь. М.: Прайм-ЕВРОЗНАК / Под ред. Б.Г. Мещерякова, акад. В.П. Зинченко. 2003. 632 с.
3. Гомзякова А.В., Евсеева Э.А. Письмо русскому солдату на фронт: ценностный аспект // *Modern Humanities Success*. 2023 № 5 С. 67 – 72.
4. Завьялова Ю.А. Анализ фронтовых писем (1941-1945 гг.) в лингвокультурологическом исследовании // *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. 2016. № 4 (2). С. 161 – 163.
5. Иванов А.Ю. Фронтовые письма участников Великой отечественной войны как исторический источник (по материалам республики Татарстан): дис. канд. ист. наук: 07.00.09. Казань, 2009. 249 с.
6. Сотниченко Д.М. Жизнестойкость как психологический феномен. Его значение в современных условиях службы в армии // *Вестник ТГПУ*. 2009. №8. С. 104 – 107.
7. Леонтьев Д.А., Рассказова Е.И. Тест жизнестойкости. М.: Смысл, 2006. 63 с.
8. Старостин К.А. Письма фронтовиков как объект лингвистического исследования // *Экология языка и коммуникативная практика*. 2016. № 2 (7). С. 165 – 177.
9. Сухотерина Т.П. Фронтовое письмо как жанр естественной письменной русской речи // *Мир науки, культуры, образования*. 2014 (б). № 4. С. 249 – 251. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/frontovoe-pismo-kak-zhanr-estestvennoy-pismennoy-russkoy-rechi/viewer> (дата обращения: 25.06.2023)
10. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // *Жанры речи*. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. С. 88 – 98.

References

1. Alishev B.S. Psihologicheskaja teorija cennosti: sistemno-funktional'nyj podhod: avtoref. dis. ... dok. psihol. nauk. Kazan': ISPO RAO, 2002. 32s.
2. Bol'shoj psihologicheskij slovar'. M.: Prajm-EVROZNAK. Pod red. B.G. Meshherjakova, akad. V.P. Zinchenko. 2003. 632 s.
3. Gomzjakova A.V., Evseeva Je.A. Pis'mo russkomu soldatu na front: cennostnyj aspect. *Modern Humanities Success*. 2023 № 5 S. 67 – 72.
4. Zav'jalova Ju.A. Analiz frontovyh pisem (1941-1945 gg.) v lingvokul'turologicheskom issledovanii. Aktual'nye problemy gumanitarnyh i estestvennyh nauk. 2016. № 4 (2). S. 161 – 163.
5. Ivanov A.Ju. Frontovye pis'ma uchastnikov Velikoj otechestvennoj vojny kak istoricheskij istochnik (po materialam respubliky Tatarstan): dis. kand. ist. nauk: 07.00.09. Kazan', 2009. 249 s.
6. Sotnichenko D.M. Zhiznjestojkost' kak psihologicheskij fenomen. Ego znachenie v sovremennyh uslovijah sluzhby v armii. *Vestnik TGPU*. 2009. №8. S. 104 – 107.
7. Leont'ev D.A., Rasskazova E.I. Test zhiznjestojkosti. M.: Smysl, 2006. 63 s.
8. Starostin K.A. Pis'ma frontovikov kak ob#ekt lingvisticheskogo issledovanija. Jekologija jazyka i kommunikativnaja praktika. 2016. № 2 (7). S. 165 – 177.
9. Suhoterina T.P. Frontovoe pis'mo kak zhanr estestvennoj pis'mennoj russkoj rechi. *Mir nauki, kul'tury, obrazovanija*. 2014 (b). № 4. S. 249 – 251. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/frontovoe-pismo-kak-zhanr-estestvennoj-pismennoj-russkoy-rechi/viewer> (data obrashhenija: 25.06.2023)
10. Shmeleva T.V. Model' rechevogo zhanra. *Zhanry rechi*. Saratov: Izd-vo GosUNC «Kollledzh», 1997. S. 88 – 98.

*Gomozyakova A.V.,
Evseeva E.A.,
Siberian Federal University*

Video gratitude from the front: genre structure and value orientations

Abstract: the article presents the results of a study of texts of gratitude of servicemen to the residents of Russia for letters of support sent to the front. The object of the analysis was the video messages of the fighters, the texts of which we consider as a reactive secondary speech genre (response to a letter of support from civilians), which includes a number of primary genres. The subject is the value orientations contained in video messages (for which soldiers thank civilians, on which they emphasize in the texts of gratitude). The main goal of the work is to identify meanings that effectively affect the positive psycho-emotional state of soldiers, contributing to strengthening their resilience.

Keywords: video messages of soldiers, text-gratitude, speech genre, value orientations, concept

For citation: Gomozyakova A.V., Evseeva E.A. Video gratitude from the front: genre structure and value orientations. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 25 – 30.

Received: July 14, 2023; Revised: August 6, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Данилина Л.Ю., кандидат филологических наук, старший преподаватель,
Кузнецова В.Ю., кандидат филологических наук, доцент,
Сатаева Г.С., кандидат филологических наук, преподаватель,
Военный университет имени князя Александра Невского
Министерства обороны Российской Федерации*

Проблемные аспекты устного последовательного перевода (на материалах встречи представителей российского бизнеса с делегацией иранских страховых компаний)

Аннотация: данная статья посвящена анализу ошибок и проблемных моментов, которые возникли у устного переводчика во время встречи с делегацией иранских страховых компаний.

Актуальность настоящего исследования обусловлена, с одной стороны, постоянно возрастающим интересом к изучению ошибок, которые возникают в переводе и влияют на общее восприятие смысла, с другой стороны, стремлением исследователей к совершенствованию процесса перевода с учетом культурного и индивидуального опыта переводчика.

Целью данной статьи ставится анализ устного последовательного перевода в языковой паре русский - английский, который осуществлялся начинающим переводчиком во время встречи представителей российского бизнеса с делегацией иранских страховых компаний.

Научная новизна статьи состоит в том, что, в ней впервые проводится анализ переводческих ошибок, совершенных переводчиком во время официальных переговоров на встрече с иранской делегацией страховых компаний.

В качестве материала исследования были выбраны фрагменты записи переговоров представителей российского бизнеса с делегацией иранских страховых компаний.

Особое внимание уделено комментариям, которые должны помочь начинающим переводчикам успешно справляться с поставленными задачами в различных ситуациях.

Отмечается, что для успешного выполнения поставленных задач переводчик должен уметь быстро переключаться, четко фиксировать ключевую информацию, постоянно совершенствовать свои профессиональные навыки.

Делается вывод, что соблюдение данных принципов поможет начинающим переводчикам на высоком профессиональном уровне выполнять поставленные перед ними задачи.

Представленные наблюдения будут полезны начинающим переводчикам.

Ключевые слова: последовательный устный перевод, смысловые ошибки, образная лексика, смысловая избыточность, синонимия, фоновые знания

Для цитирования: Данилина Л.Ю., Кузнецова В.Ю., Сатаева Г.С. Проблемные аспекты устного последовательного перевода (на материалах встречи представителей российского бизнеса с делегацией иранских страховых компаний) // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 31 – 38.

Поступила в редакцию: 12 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 6 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Не секрет, что устный последовательный перевод представляет собой достаточно сложный процесс, требующий от переводчика не только знания языка и умения работать в условиях повышенного стресса, но и глубокое знание той отрасли, в которой ему придется работать, знание культурных особенностей людей, с которыми переводчику придется взаимодействовать. Подобный подход можно встретить в диссертационном исследовании Рыковой П.А. Автор диссертации пишет, что устный перевод, играет важную роль в процессе коммуникации и обеспечивает прямую связь между участниками международных мероприятий. Также в работе отмечается, что вопросы, касающиеся качества устного перевода, как никогда актуальны ввиду развития экономического сотрудничества, революционных изменений в технологиях, глобализации экономической деятельности, трансформации внешнеполитических отношений [7, с. 4]. Вышесказанное позволяет с уверенностью сказать, что для адекватного перевода очень важно понимать, что *язык, культура и профессиональная компетенция* неразрывно связаны. Данная триада лежит в основе успешного выполнения переводческих задач.

Анализу проблем, с которыми могут столкнуться переводчики во время устного перевода, посвящены работы многих отечественных и зарубежных ученых (Р.К. Миньяр-Белоручев, Л.Л. Нелюбин, В.Н. Шевчук, Б.Л. Бойко, Н.К. Гарбовский, Н.В. Иванов, Д.В. Балаганов, И.В. Зубанова, Г.Г. Юдина, Е.К. Красноперова,

Л. Виссон, К. Сибер, Д. Селескович). Интересно, что, несмотря на разные взгляды по ряду вопросов, большинство ученых сходится во мнении, что устный перевод «представляет собой межъязыковое и межкультурное посредничество, которое обеспечивает понимание адресатом максимальной (или хотя бы оптимальной) доли суммарного смысла, заложенного в сообщение отправителем» [2, с. 355]. Кроме того, многие исследователи отмечают, что устный перевод – это деятельность, осуществляемая в стрессовых условиях, т.к. требует от переводчика максимальной концентрации. Зачастую устным последовательным переводчикам приходится иметь дело с большими отрезками устного текста, не всегда до конца понятными и логично изложенными на исходном языке, что приводит к дополнительному напряжению. Более того, такие факторы как скорость речи участников переговоров, индивидуальные особенности произношения всех спикеров, тематика встречи влияют на качество перевода.

Таким образом, устный перевод представляет собой многокомпонентный процесс, включающий в себя следующие основные этапы: аудирование => девербализация => перекодирование => проговаривание (см. рис. 1).

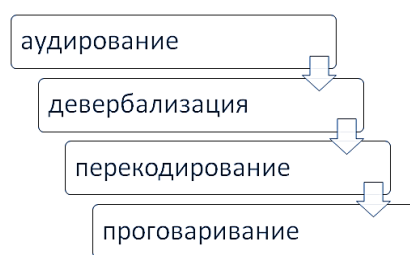


Рис. 1. Процесс перевода

Как мы видим, это процесс достаточно сложный и требует от переводчика умения быстро обрабатывать поступающую информацию, перекодировать ее и воспроизводить на другом языке с учетом норм данного языка. Доктор филологических наук, профессор Р.К. Миньяр-Белоручев, исследуя последовательный перевод, отмечал, что «в последовательном переводе исходное и выходное сообщения отделены значительным периодом времени» [5, с. 9], что, естественно, подразумевает необходимость запоминания информации. Для этого переводчик должен уметь комбинировать различные переводческие стратегии.

Как можно заметить, устный перевод гораздо сложнее письменного и, безусловно, требует специальной подготовки для формирования профессиональной переводческой компетенции. Прежде всего, будущих устных переводчиков учат не просто понимать текст/ сообщение, но и фиксировать его в сжатой форме, т.к. запомнить всю информацию, особенно если спикер использует в своей речи длинные фразы, цифры, названия город, фамилии очень сложно. Подтверждение данной мысли можно найти в трудах доктора педагогических наук, профессора Р.К. Миньяр-Белоручева, который отмечает, что «числительные, особенно трёхзначные и четырёхзначные... могут давать до 80-100% ошибок» [5, с. 19]. Кроме того, переводчику необходимо учитывать, что информация, которую он получает – «кратковременна и дискретна» [7, с. 4].

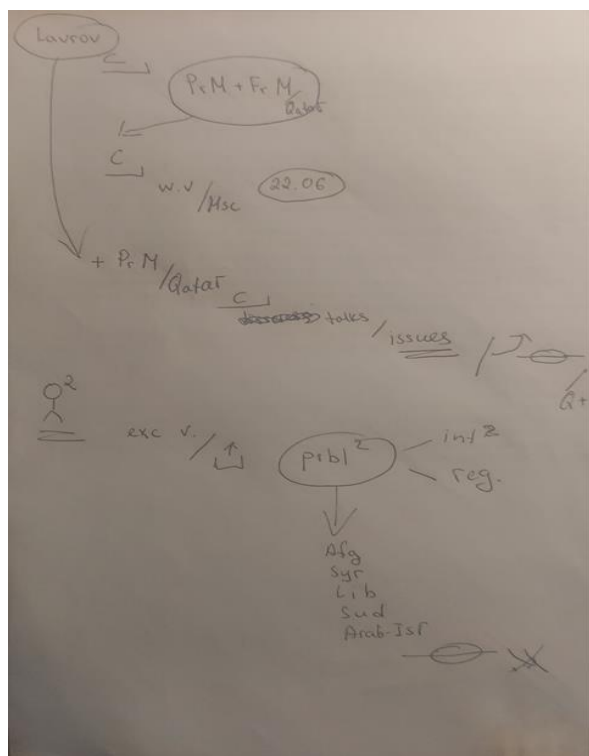
В целях облегчения работы и разгрузки кратковременной памяти переводчики прибегают к переводческой скорописи. Подобные записи позволяют переводчику фиксировать большие блоки информации для дальнейшего воспроизведения на ПЯ. На современном этапе развития науки о переводе можно наблюдать тенденцию «ухода» от общепринятой системы обозначений при скорописи к индивидуальной. Проиллюстрируем вышесказанное. Двум переводчикам был предложен один и тот же фрагмент выступления, который им нужно было записать, используя переводческую скоропись, и перевести.

Фрагмент текста

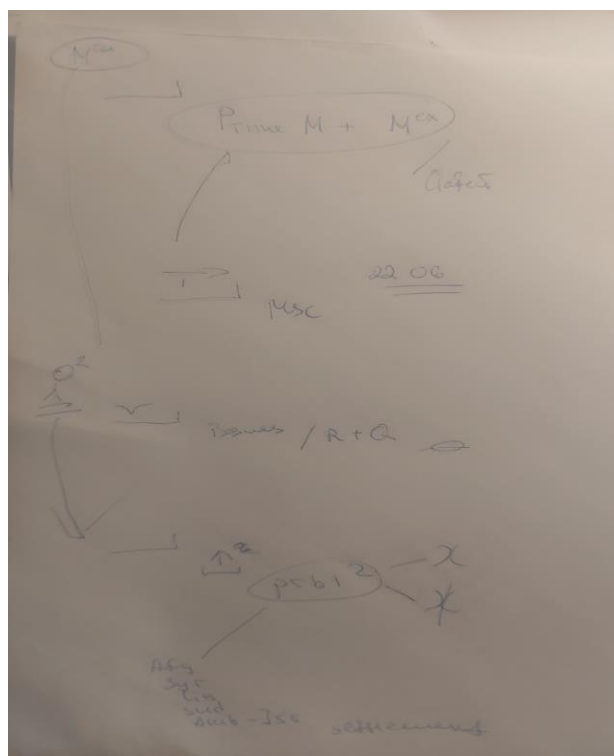
«On June 22, Russian Foreign Minister Sergey Lavrov will hold talks with Foreign Minister of Qatar, who will arrive in Moscow on a working visit. The ministers will discuss issues of further development of multifaceted Russian-Qatari relations.

There will be a thorough exchange of views on topical aspects of the international and regional agenda, including consideration of the situation in Afghanistan, Syria, Libya, Sudan and the Arab-Israeli settlement» [МИД РФ]

Рассмотрим теперь два варианта переводческой записи данного фрагмента.



Вариант 1



Вариант 2

Рис. 2. Два варианта переводческой записи фрагмента текста

Как мы видим, переводчики выбрали разные значки для обозначения должностей министров иностранных дел РФ и Катара, передачи глаголов, тем не менее, каждый из них смог точно передать смысл исходного сообщения. Таким образом, можно сделать вывод, что переводчик может разработать свою систему обозначений для переводческой записи, главное, чтобы в процессе прочтения он смог точно определить значение каждого из знаков.

Как отмечалось выше, понятие «последовательный перевод» неразрывно связано с такими явлениями как язык и речь. При этом язык, рассматривается, прежде всего, как знаковая система, необходимая для кодирования единиц смысла, а речь – как практическая реализация такой системы в коммуникационном акте. Данного подхода к языку и речи придерживаются такие филологи как А.А. Леонтьев, Е.В. Сидоров, Н.В. Иванов и др. Такой подход связан с трансформацией взглядов на язык в современной лингвистике и филологии. «Если раньше в центре интересов лингвиста стояли сами языковые средства (фонетические, грамматические, лексические), то теперь ясно осознано, что все эти языковые средства суть только формальные операторы, с помощью которых человек осуществляет процесс общения, прилагая их к системе значений и получая осмысленный и целостный текст (сообщение). Но само это понятие значения выходит за пределы общения – это и основная когнитивная (познавательная) единица, формирующая образ мира человека и в этом качестве входящая в состав разного рода когнитивных схем, эталонных образов типовых когнитивных ситуаций», – пишет А.А. Леонтьев в книге «Основы психолингвистики» [3, с. 87].

По мнению Р.К. Миньяр-Белоручева, «сугубо лингвистический подход к переводу, наложил известный отпечаток на методику обучения переводу, которая сводилась главным образом к изысканиям эффективных способов сопоставления элементов двух языковых систем и в которой не уделялось достаточного внимания элементам поведения переводчика. Это особенно чувствовалось при подготовке устных переводчиков, где лингвистические знания, которые совершенно справедливо находятся в центре внимания при изучении письменного перевода, не могут заменить соответствующие навыки и умения» [6, с. 8].

Лингвистические и психологические факторы, раскрывающие связь языка и мышления в процессе общения между людьми, подробно описаны в интерпретативной теории перевода Д. Селескович и М. Ледерер [8]. Звучания и значения языковых единиц хранятся в памяти членов данного языкового коллектива и являются их общим достоянием. Именно благодаря этой общности язык может служить средством общения между людьми. Однако само общение осуществляется не единицами языка, а с помощью речевых высказы-

ваний-текстов, которые хотя и состоят из языковых единиц, но обладают смыслом, не сводимым к простой сумме значений составляющих его единиц. Смысл любого высказывания будет во многом зависеть от таких факторов, как обстановка, время и место, а также предыдущий опыт коммуникантов, их знания, чувства и намерения. Относительная независимость смысла высказывания от составляющих его языковых единиц подтверждается и психологическими исследованиями. Они показывают, что говорящие не запоминают языковую форму высказанных ими мыслей, а сохраняют в памяти лишь выраженный смысл.

Исходя из подобных наблюдений, Д. Селескович [8] делает вывод, что задача переводчика состоит в передаче на другой язык смысла переводимого высказывания, когда языковое содержание высказывания, выводимое из значений языковых единиц, сочетается с необходимыми познаниями слушателя. По мнению Д. Селескович, понимание смысла представляет собой его интерпретацию, то есть извлечение смысла, минуя языковое содержание. Данный процесс происходит интуитивно, мгновенно и в памяти переводчика сохраняется исключительно извлеченный смысл, который он и передает в переводе. Таким образом, всякий перевод – это интерпретация. В переводе присутствуют три элемента: речевое высказывание на языке X, понимание переводчиком смысла этого высказывания и переформулирование этого смысла на языке Y.

Д. Селескович признает, что могут возникать некоторые трудности с определенными единицами или структурами исходного языка (ИЯ) или переводящего языка (ПЯ), но они обусловлены недостаточной языковой компетенцией переводчика, а не процессом перевода, который в идеале предполагает, что переводчик так же легко и быстро понимает и продуцирует высказывания, как и любой человек, свободно владеющий тем или иным языком.

Рассмотрим подробнее типичные сложности и ошибки, которые могут возникнуть в процессе устного последовательного перевода.

На современном этапе вопросы, касающиеся перевода *терминов и аббревиатур*, являются одними из центральных в практике перевода. Ошибки в их переводе приводят к искажению мысли. Несмотря на то, что исследования, посвященные переводу терминов в разных областях, ведутся давно, ученые до сих пор не смогли прийти к общему знаменателю относительно как самого понятия «термин», так и наиболее оптимального способа его перевода. Прежде всего, стоит разобраться, что такое термин. Л.С. Бархударов в книге «Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода» отметил, что «в наше время, когда профессия переводчика стала поистине массовой и когда с переводом, по сути дела, приходится в той или иной форме иметь дело всем, кто так или иначе связан с изучением иностранного языка или с видами работы, требующими применения иностранного языка, знакомство с основными положениями теории перевода совершенно необходимо для каждого, кто не желает работать в этой области вслепую... Без научно обоснованной теории перевода ныне не может быть успешной переводческой практики – такова непреложная истина, которую бесполезно оспаривать» [1, с. 67].

Не меньше проблем возникает с переводом *образной лексики* т.к. подобные единицы могут нести в себе разные оттенки смысла, которые бывает сложно уловить. Особенно это касается перевода окказиональных метафор.

Много проблем может возникнуть у переводчика и с переводом *безэквивалентной лексики*, особенно, если эта лексика относится к узконаправленной сфере.

Проиллюстрируем все вышесказанное.

Для анализа нами был взят фрагмент записи (с последовательным переводом) переговоров российских представителей бизнеса с делегацией иранских страховых компаний. Официальным языком переговоров был английский. На перевод были приглашены два переводчика, которые осуществляли устный последовательный перевод. Переводчикам не были предоставлены заранее материалы встречи. Более того, встреча проходила в полупроформальной обстановке. Представители сторон использовали в своей речи много аббревиатур, идиомы, иногда предложения были не очень связаны между собой. Все эти детали создавали дополнительные сложности для переводчиков.

Рассмотрим фрагмент перевода в языковой паре русский => английский и проанализируем его.

Таблица 1

Оригинал	Перевод	Переводческие ошибки и способы их решения
Но страховые компании проводят эксперимент с дорожной автоинспекцией, что подразумевает проверку страховых полисов с использованием дорожных камер.	But insurance companies experiment with road police , that means checking insurance policies using cameras located on the road .	В данном примере внимание стоит обратить на фразу «проводить эксперимент с». Переводчик выбрал глагол «to experiment», что является допустимым вариантом, но более официальным вариантом будет «to hold experiments». В том же фрагменте мы видим случай лексической избыточности – «cameras located on the road» можно заменить на « traffic cameras ».
Если окажется, что дорожная камера сфотографировала номер и проверила в базе страховщиков и оказалось, что номера в базе нет, то машина может быть задержана, либо гражданину придет письмо о необходимости застраховаться.	If it turns out that the a camera get a car which is checked in the database and if it turns out that the owner does not have any insurance the car might be stopped or the owner might get a letter .	В переводе данного фрагмента можно наблюдать много смысловых неточностей и искажений. «Camera got a car» является разговорным вариантом и может быть неправильно понята не носителем языка, поэтому требуется замена на «took a picture of a car number». «Машина может быть задержана» не следует переводить как остановлена (stopped). В данном случае уместен вариант « arrested ». В конце фразы переводчик опустил важный момент – какое письмо получит владелец автомобиля - «might get a letter about the need to insure it».
Сейчас это разговор из серии «ни нашим, ни вашим».	Now this is a conversation from the series “ not for you, not for us ”.	Фразу «ни нашим, ни вашим» следует перевести следующим образом «in nobody's favour»
По результатам проверки они могут обратиться в ЦБ, чтобы эту лицензию отозвать. Но для этого должны быть серьезные основания и обязательное расследование.	Based on the results of the check, they can contact the Central Bank to withdraw this license. But it must have serious arguments and research.	Для перевода предложения « Но для этого должны быть серьезные основания » переводчик выбрал неправильную конструкцию, что привело к непониманию и вопросам со стороны представителей иранских страховых компаний. Переводчик должен был перевести это следующим образом – « But for this there must be serious reasons ». Слово « research » подразумевает научное исследование, поэтому в данном контексте лучше использовать вариант « investigation ».
Обязательная доля перестрахования – 50 процентов, но это обдираловка .	Compulsory share for reinsurance is 50 per, but it is extortion .	Переводчик попытался обыграть слово « обдираловка » как « extortion » (взятка). Тем не менее, этот вариант приводит к смысловой ошибке. Единственный приемлемый вариант будет « rip-off ».
Если в стране возникает валютный кризис или долговой кризис, то для русских экспортеров долги покрывает ЭКСАР.	If currency crisis or a debt crisis arises in the country, then covers the debts for Russian exporters.	Переводчик не смог уловить и, соответственно, перевести аббревиатуру « Эксар » – EXIAR (Export Insurance Agency of Russia)
В другом случае, это будет медвежья услуга .	Otherwise, it will be bad .	В процессе перевода данного предложения у переводчика возникла сложность с переводом фразеологизма « медвежья услуга ». Переводчик не смог подобрать эквивалент в английском языке и донести содержание данной фразы. Самым оптимальным вариантом перевода был бы следующий вариант – « Otherwise, it will be disservice »
Мы можем решить данный вопрос в рабочем порядке .	We may settle this matter out while at work .	Выбранный переводчиком вариант « while at work » не совсем точный и может вызвать недопонимание, т.к. подразумевает определенные временные рамки и предполагает определенное место (на работе). Оптимальным вариантом перевода будет - «We can work this issue out in the regular course of work ».

Продолжение таблицы 1

<p>Кто утверждает обязательные тарифы? Во-вторых, как выглядит конкуренция в добровольных тарифах? Что по ТМЦ? Как бы это не стало ситуацией «кот в мешке».</p>	<p>Who determines obligatory tariffs? Secondly, what does voluntary tariff competition look like? What about TMC? Hope it won't be a situation cat in a bag.</p>	<p>В данном фрагменте стоит отметить два момента. Во-первых, переводчик не смог правильно перевести аббревиатуру ТМЦ (Товарно-материальные ценности). Данную аббревиатуру следует перевести так – «Inventory assets». Во-вторых, идиому «кот в мешке» переводчик перевел дословно, хотя правильный вариант перевода звучит так – «pig in a poke»</p>
<p>А что по поводу КАСКО И ОСАГО? Есть ли какие-то особые требования?</p>	<p>And what about CASCO and OSAGO? Are there any special requirements?</p>	<p>Переводчик не смог правильно передать данные аббревиатуры, считая, что они универсальные, тем не менее, это вызвало недоумение у иранских представителей. Переводчик должен был использовать для ОСАГО - «Compulsory third party car insurance», а для КАСКО – «Comprehensive insurance» или «Fully Comp». В переводе обязательно нужно передать два этих понятия (просто «comprehensive insurance» не подойдет, т.к. каждое обладает своими специфическими особенностями).</p>
<p>А что происходит в случае непредвиденных ситуаций, таких, например, как повреждение дорожного покрытия зенитными ракетными комплексами?</p>	<p>And what happens in case of unforeseen situations, such as damage to the surface by aircraft missile launcher?</p>	<p>В данном примере стоит обратить внимание на перевод словосочетания «дорожное покрытие». Переводчик выбрал вариант «surface», которое имеет несколько значений и вызвал дополнительные вопросы у иранской стороны, которая попросила уточнить данный момент. Переводчик должен был сразу уточнить, что речь идет о «road surface». Стоит отметить, что переводчик не смог правильно перевести словосочетание «зенитный ракетный комплекс», которое относится к военно-профессиональной лексики. В данном случае переводчик должен был сказать «air defense missile systems».</p>

Подводя итоги, следует еще раз подчеркнуть, что устный последовательный перевод – это особый процесс, требующий соблюдения определенных правил. Это, прежде всего, сохранение в переводе логики исходного текста, избегание синонимии и смысловых повторов, перегруженности текста. А, во-вторых, «красивая» передача смысла средствами другого языка с учетом культурных особенностей. Для успешного выполнения поставленных задач переводчик должен уметь быстро перестраиваться, избегать избыточности и повторов в переводе, четко фиксировать ключевую информацию. В-третьих, переводчик должен максимально нейтрально относиться к тому, что ему приходится переводить. В-четвертых, переводчику необходимо осваивать «ключевые» слова конкретной сферы (экономическая, политическая, военная). Переводчик не имеет права искажать информацию, даже если он не согласен со спикером. Более того, переводчик должен уметь поймать эмоции спикера и постараться передать их аудитории. Соблюдение данных принципов поможет начинающим переводчикам на высоком профессиональном уровне выполнять поставленные перед ними задачи.

Литература

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод. М.: Международные отношения, 1975. 240 с.
2. Вацковская И.С. Этапы процесса устного последовательного перевода // Мир науки, культуры, образования, 2016. С. 355 – 356. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etapy-protsesssa-ustnogo-posledovatel'nogo-perevoda> (дата обращения: 03.07.2023)
3. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. М.: Смысл, 2003. 287 с.
4. МИД РФ. <https://www.urdupoint.com/en/world/lavrov-to-hold-talks-with-top-qatari-diplomat-1712319.html> (дата обращения: 03.07.2023)
5. Миньяр-Белоручев Р.К. Методика обучения переводу на слух. М.: Институт международных отношений. 1959. 214 с.

6. Мин'яр-Белоручев Р.К. Последовательный перевод. Теория и методы обучения. М.: Воениздат, 1969. 288 с.

7. Рыкова П.А. Лингвокультурные аспекты синхронного перевода (на материале англо-русского перевода): дис. ... канд. филолог. наук. М, 2023. 167 с. URL: [https://vumo.mil.ru/upload/site57/document_file/Tekst_dissertacii\(9\).pdf](https://vumo.mil.ru/upload/site57/document_file/Tekst_dissertacii(9).pdf)(дата обращения: 03.07.2023)

8. Seleskovitch D., Lederer M. Interpreter pour Traduire. URL: https://www.researchgate.net/publication/263693163_Danica_Seleskovitch-Mariann_a_Lederer_Interpreter_pour_traduire (дата обращения: 03.07.2023)

References

1. Barhudarov L.S. Jazyk i perevod. M.: Mezhdunarodnye otnoshenija, 1975. 240 s.

2. Vackovskaja I.S. Etapy processa ustnogo posledovatel'nogo perevoda. Mir nauki, kul'tury, obrazovanija, 2016. S. 355 – 356. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etapy-protsesssa-ustnogo-posledovatel'nogo-perevoda> (data obrashhenija: 03.07.2023)

3. Leont'ev A.A. Osnovy psiholingvistiki. M.: Smysl, 2003. 287 s.

4. MID RF. <https://www.urdupoint.com/en/world/lavrov-to-hold-talks-with-top-qatari-diplomat-1712319.html> (data obrashhenija: 03.07.2023)

5. Min'jar-Beloručev R.K. Metodika obuchenija perevodu na sluh. M.: Institut mezhdunarodnyh otnoshenij. 1959. 214 s.

6. Min'jar-Beloručev R.K. Posledovatel'nyj perevod. Teorija i metody obuchenija. M.: Voenizdat, 1969. 288 s.

7. Rykova P.A. Lingvokul'turnye aspekty sinhronnogo perevoda (na materiale anglo-russkogo perevoda): dis. ... kand. filolog. nauk. M, 2023. 167 s. URL: [https://vumo.mil.ru/upload/site57/document_file/Tekst_dissertacii\(9\).pdf](https://vumo.mil.ru/upload/site57/document_file/Tekst_dissertacii(9).pdf)(data obrashhenija: 03.07.2023)

8. Seleskovitch D., Lederer M. Interpreter pour Traduire. URL: https://www.researchgate.net/publication/263693163_Danica_Seleskovitch-Mariann_a_Lederer_Interpreter_pour_traduire (data obrashhenija: 03.07.2023)

*Danilina L.Yu., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Senior Lecturer,
Kuznetsova V.Yu., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Sataeva G.S., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Lecturer,
Military University of the Defense Ministry of the Russian Federation*

Problem aspects of consecutive interpretation (based on materials of the meeting of representatives of the Russian business with the delegation of Iranian insurance companies)

Abstract: this article is devoted to the analysis of errors and problematic points that the interpreter faced during a meeting with a delegation of Iranian insurance companies.

The relevance of this study is determined by increasing interest in studying errors that arise in translation and affect the general perception of meaning and by the desire of researchers to improve the translation process, taking into account the cultural and individual experience of the translator.

The purpose of this article is to analyze the consistent interpretation in the language pair “Russian – English”, which was carried out by a novice interpreter during a meeting of representatives of Russian business with a delegation of Iranian insurance companies.

The scientific novelty of the article lies in the fact that this is the first an analysis of translation errors made by the interpreter during official negotiations at a meeting with the Iranian delegations of insurance companies.

Fragments of negotiations of representatives of Russian business with a delegation of Iranian insurance companies were selected as the material of the study.

Particular attention is paid to comments that should help beginners to successfully cope with the tasks in various situations.

It is noted that for the successful fulfillment of the tasks, the interpreter must be able to quickly rebuild, clearly fix key information, constantly improve his professional skills.

It is concluded that compliance with these principles will help interpreters at a high professional level to fulfill the tasks.

The observations presented will be useful for novice interpreters.

Keywords: consistent interpretation, semantic errors, figurative vocabulary, semantic redundancy, synonymy, background knowledge

For citation: Danilina L.Yu., Kuznetsova V.Yu., Sataeva G.S. Problem aspects of consecutive interpretation (based on materials of the meeting of representatives of the Russian business with the delegation of Iranian insurance companies). *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 31 – 38.

Received: July 12, 2023; Revised: August 6, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Ткачев В.Д.,
Санкт-Петербургский государственный университет*

Теоретические подходы к описанию и стандартизации pr-практик при работе на видеоканалах

Аннотация: в современном мире время внимания сильно сокращено. Если раньше говорили о правиле 15 секунд, т.е. человек обращает внимание на объект на 15 секунд, а потом отвлекается от него, то сейчас уже речь идет о правиле 3 секунд. В связи с этим продвижение сильно затрудняется. Ведь внимание человека реклама должна захватить в первые секунды. И здесь на помощь приходит видео.

Это одна из причин, почему видеохостинги становятся значимым элементом продвижения компаний и частных специалистов. Но и здесь есть множество сложностей и тонкостей. Неправильно оформленный профиль приводит к тому, что посетитель даже не приступает к просмотру видео, представленных на канале.

Именно оформление профиля становится важным элементом, который привлекает посетителя к просмотру видео и дальнейшей покупке. В связи с этим особая значимость лежит в области разработки теоретических подходов к описанию и стандартизации PR-практик.

Представляется необходимым рассмотреть особенности и подходы к оформлению канала, которые позволят реализовать все маркетинговые задачи специалиста и достигнуть поставленных целей.

Сравнительная новизна появления видеохостингов и соответствующих методов продвижения стала причиной того, что в настоящее время маркетинговые проблемы продвижения каналов на видеохостингах практически не исследованы в научной литературе. При решении этих вопросов специалисты ориентируются на стандартные маркетинговые методы, не учитывающие особенности видеохостингов и потребительского поведения при просмотре видео.

Научная значимость данного исследования заключается в выделении теоретических подходов к реализации маркетинговых задач специалистов, которые будут способствовать достижению основных предпринимательских целей, связанных с получением прибыли.

Ключевые слова: видеохостинг, маркетинговые задачи, продвижение канала на видеохостинге, оформление канала на видеохостинге, бесплатные методы продвижения, требования к роликам

Для цитирования: Ткачев В.Д. Теоретические подходы к описанию и стандартизации pr-практик при работе на видеоканалах // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 39 – 43.

Поступила в редакцию: 8 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 21 июля 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

В современном мире время внимания сильно сокращено. Если раньше говорили о правиле 15 секунд, т.е. человек обращает внимание на объект на 15 секунд, а потом отвлекается от него, то сейчас уже речь идет о правиле 3 секунд. В связи с этим продвижение сильно затрудняется. Ведь внимание человека реклама должна захватить в первые секунды. И здесь на помощь приходит видео.

Это одна из причин, почему видеохостинги становятся значимым элементом продвижения компаний и частных специалистов. Но и здесь есть множество сложностей и тонкостей. Неправильно оформленный профиль приводит к тому, что посетитель даже не приступает к просмотру видео, представленных на канале.

Именно оформление профиля становится важным элементом, который привлекает посетителя к просмотру видео и дальнейшей покупке. В связи с этим особая значимость лежит в области разработки теоретических подходов к описанию и стандартизации PR-практик.

Представляется необходимым рассмотреть особенности и подходы к оформлению канала, которые позволят реализовать все маркетинговые задачи специалиста и достигнуть поставленных целей.

В первую очередь необходимо оформление главной страницы канала. Ведь это первое, что бросается в глаза посетителю канала. Именно после просмотра главной страницы посетитель принимает решение о необходимости просмотра роликов.

Первым элементом оформления главной страницы является аватар. В зависимости от того, принадлежит канал частному специалисту или компании, на нем может быть представлено фото специалиста, логотип компании, элемент атрибутики (например, на канале копирайтера может быть отражены ручка над блоком) [5].

Следующим важным элементом является шапка канала. Она занимает довольно много места на экране,

поэтому на нее посетитель сразу обращает внимание. Одним из популярных подходов к оформлению шапки является информативность – здесь отражают информацию о контактных данных, основных услугах компании, режиме работы. В других случаях возможно размещение в шапке уникального торгового предложения, выделяющего специалиста или компанию из конкурентной среды. Также зачастую в шапке отражают фото специалиста или владельца компании, показывают опыт работы в среде деятельности или особенности содержания канала.

Важным элементом оформления канала является превью, которое представляет собой статичную картинку, которая показывается на месте видео. В этом аспекте имеется тоже несколько эффективных подходов, которые можно использовать для оформления превью. Так, популярным и эффективным подходом является использование единого стиля, при котором примерно одинаково оформляются обложки, на которых отражают самые яркие кадры видео и располагают крупно название, которое позволит посетителю понять, что будет представлено в данном видео. Вторым подходом является использование ярких кричащих шрифтов, цвета и заголовков. Этот подход в предпринимательской практике принято называть «вырви глаз». Он позволяет максимально привлекать внимание посетителя, однако при использовании именно этого подхода следует понимать, что «перебор» в яркости приводит к недоверию со стороны посетителей – они тоже понимают, что чрезмерная яркость может означать стремление к манипуляции. В связи с этим появился новый подход к оформлению превью – без лишних заморочек. В этом случае используют спокойные пастельные тона, при этом особое внимание уделяют заголовкам – они должны привлекать внимание и при этом четко отражать содержание видео. Специалист в превью может использовать и личные фото на фоне атрибутики по теме видео. При этом заголовки также имеют большое значение – они должны посетителю четко отражать то, что он увидит в видео [2].

Следующий важный элемент оформления канала – его трейлер. Под трейлером понимают видео, позиционирующее товар или услугу, которую продвигает канал. Он может быть размещен на главной странице и направлен на привлечение целевой аудитории. В трейлере может быть отражена польза, которую приносит товар или услуга специалиста, нарезка из наиболее популярных видео, информация о содержании канала или деятельности специалиста или компании.

Следующим важным элементом оформления канала специалиста являются плейлисты. Их следует оформлять в том случае, когда возможно структурирование информации по темам, направлениям или форматам. В первом случае разделение осуществляется по разделам одной темы, например, нутрициолог может выделить разделы по похудению, правильному питанию, оздоровлению. Второй вариант – категории товаров. В этом случае, например, компьютерный магазин может выделить разделы по системным блокам, мониторам, периферийным устройствам и т.д. Третьим популярным вариантом является структурирование по времени. В этом случае просто разделяют видео по годам. Это дает возможность пользователям понимать, насколько актуальную информацию они получают и оценивать вероятность того, что сейчас уже все изменилось. Отметим, что плейлисты могут быть сопровождаемы соответствующим описанием, которое еще больше поможет посетителю понимать, какую информацию он сможет получить в текущем плейлисте [6].

Следующий важный элемент оформления канала – описание. Здесь следует указывать основную информацию, характеризующую канал. А включение в описание ключевых слов, которые пользователи используют при поиске в поисковых системах, позволят повысить положение в поисковой выдаче. Основными подходами при оформлении описания является включение в него основных товаров и услуг, предлагаемых специалистом или компанией (при этом не следует забывать о наличии ключевых слов), использование эмодзи (смайликов), привлекающих внимание.

Важно обращать внимание и на оформление видео. Прежде всего необходимо оформить начальную заставку, которая позволит произвести первое впечатление на человека. Здесь используют короткое видео, предшествующее основному, динамичные короткие заставки, включающие в себя дизайн-элементы, картинки. Вторым важным элементом оформления видео является конечная заставка. Ее целью является закрепление знакомства и предложение дальнейшей дружбы, т.е. подписки на канал или другие социальные сети. В конечную заставку часто включают контактные данные, информацию о контенте других похожих видео, прощание со зрителем и предложение просмотра новых выходящих роликов, логотипы и водяные знаки.

При создании видео следует особое внимание уделять фоновой музыке. При этом необходимо понимать, что музыкальные предпочтения посетителей канала могут сильно различаться, поэтому к подбору фоновой музыки следует уделять особое внимание. Ведь если посетителю фоновая музыка категорически не понравится – он не станет смотреть ролик до конца просто потому что ему неприятно слушать. Поэтому нужно определить основные музыкальные предпочтения целевой аудитории или использовать такие мелодии, которые хоть и не нравятся абсолютно всем, но не вызывают острого отторжения. К таким мелодиям можно

отнести классическую музыку, звуки природы и т.п. спокойные мелодии [1].

Для того, чтобы канал на видеохостинге не просто был, но и приносил продажи, необходимо его продвигать. Конечно, эффективнее всего использовать платные методы продвижения, но начинающим специалистам и небольшим компаниям они не всегда «по карману». Но при этом реально использовать и бесплатные методы продвижения, главным из которых становится стремление попасть в «ленту рекомендаций».

В ленте рекомендаций посетителям видеохостинга показывают видео не только тех каналов, на которые они подписаны, но и близких по тематике каналов, а также тех, которые могут быть интересны посетителю. Возможный интерес определяет искусственный интеллект (далее – ИИ) в соответствии с поведением посетителя, а также в соответствии с поведением схожих по подпискам посетителей.

Для того, чтобы канал попал в ленту рекомендаций, необходимо обеспечить соответствие основным требованиям видеохостинга. И главное здесь – обеспечение активности подписчиков канала, досматриваемости роликов, их кликабельности.

Для видеохостинга важно, чтобы имеющиеся подписчики канала были активны, т.е. регулярно смотрели его ролики и, желательно, проявляли активность – кликали, комментировали, лайкали. Не так важно, чтобы подписчиков было много, поэтому популярные в последнее время сервисы накрутки подписчиков только вредят каналу – ведь накрученные подписчики не проявляют никакой активности. Пусть подписчиков будет меньше, но они будут заинтересованы в публикациях канала [4].

Второй важный момент – регулярность публикации роликов. Сейчас считается, что оптимальный режим публикации – два-три раза в неделю. Но это не является точной нормой. Если нет возможности публиковать ролики с такой частотой, то лучше публиковать их, например, раз в неделю или раз в две недели, но стабильно, чем опубликовать сначала 20 роликов подряд по одному в день, а потом 2 месяца не публиковать вообще ничего. Стабильность публикаций для видеохостинга является критерием активности канала.

Важным моментом представляется обеспечение досматриваемости и кликабельности роликов, а также активности аудитории зрителей. Для этого необходимо обеспечить интерес зрителя к опубликованному ролику.

Выше уже говорилось о правиле 3 секунд. Поэтому интерес зрителя необходимо захватить с самого начала видео и поддерживать его на всем его протяжении. Самым простым способом обеспечения досматриваемости видео является розыгрыш какого-либо приза. Т.е. ведущий в начале ролика сообщает, что к концу разыграет приз, будет сказано кодовое слово и т.д.

Чтобы зрителям было интересно смотреть видео, используют разные методы и подходы. Перечислим основные из них [7].

1. Использование формата диалога «Эксперт + Клиент». В этом случае используются типовые ситуации, часто встречающиеся при общении специалиста с клиентом. Такие ролики нравятся аудитории, так как посетители видят в этом ролике себя и представляют, как будет построено общение именно с ними в случае обращения именно к этому специалисту.

2. Обработка типовых возражений и сложных вопросов, возникающих в работе специалиста. Чаще всего в этом случае используется вариант зачитывания комментариев к предыдущим роликам и ответов на них. В этом формате специалист демонстрирует свой уровень экспертности, знания и понимания проблем клиентов и способности к их решению. Кроме того, при использовании данного формата стимулируется активность посетителей, так как у них появляется желание оставлять комментарии к роликам в надежде, что в одном из следующих будет получен ответ на беспокоящий вопрос.

3. Демонстрация лайфхаков, возможностей экономного использования продукта и других вариантов. При этом формируется атмосфера доверия, заботы о клиенте, ведь специалист не только рекомендует свой продукт, но и показывает, как можно его эффективно и экономично использовать. В данном случае посетитель получает решения, которые просты и логичны для специалиста, он понимает, что это действительно эксперт, имеющий полные знания в сфере своей деятельности.

4. Представление рекомендаций по решению типовых проблем и задач. В этом формате специалист демонстрирует свою работу в реальном времени. Он показывает каждое свое действие и объясняет его. При этом опасность того, что он потеряет клиента потому что тот все научится делать сам, сводится к минимуму. Ведь посетитель понимает, что в большинстве случаев все действия хоть и понятны, но для него сложны, потребуют слишком много времени. Но при этом видит, для данного специалиста они все привычны и понятны, а, значит, работу ему можно поручить без особых опасений – она будет выполнена качественно и вовремя. При этом возникает ощущение, что специалист не боится делиться своими знаниями и опытом, следовательно, канал ведется не столько для заработка, сколько для помощи людям.

5. Использование вызовов. Аудитория любит такие ролики, когда происходит выполнение задачи, находящейся на грани возможностей специалиста. Кроме того, в данном формате возможно устраивать со-

ревнования между двумя экспертами, работающими в одной нише. При этом привлекается и дополнительная аудитория, которая изначально смотрела ролики второй противоборствующей стороны.

6. Демонстрация хода изготовления продукта. Этот подход схож с четвертым представленным в данном виде формате и результаты его использования аналогичны этому методу. Поэтому подробно расписывать его сейчас не представляется необходимым.

Использование представленных подходов повысит заинтересованность аудитории в просмотре представленных на канале роликов, ее активность и кликабельность роликов [3].

Кроме того, не стоит забывать и о том, что все посетители – живые люди, которые любят не только профессиональный, но и развлекательный контент. Поэтому на канале даже самого серьезного специалиста должны регулярно появляться развлекательные ролики, позволяющие посетителям отдохнуть, расслабиться и повеселиться. Шутки, фельетоны, анекдоты и коттики – неотъемлемая часть любого канала. Однако нужно следить за тем, чтобы и их содержание соответствовало содержанию канала. Т.е. даже развлекательные публикации должны в той или иной мере затрагивать основную тему канала [8].

Если придерживаться данных рекомендаций, то будет обеспечена активность аудитории, в результате чего видеохостинг будет регулярно показывать видео канала в ленте рекомендаций и помогать его продвижению.

Литература

1. Власова Т. Как оформить канал на Ютубе: 31 совет + примеры дизайна [Электронный ресурс]. <https://in-scale.ru/blog/oformlenie-kanala-na-yutub/>
2. Воловик К. Как раскрутить канал на Ютубе с нуля в 2023 – ТОП 29 способов самостоятельного продвижения YouTube канала [Электронный ресурс] / <https://partnerkin.com/blog/articles/kak-raskrutit-kanal-youtube-sp>
3. Как вести канал на YouTube новичку? Ютуб на минималках [Электронный ресурс]. <https://itbusiness.com.ua/other/18431-kak-vesti-kanal-na-youtube-novichku-yutub-na-minimalkah.html>
4. Как раскрутить канал, увеличить просмотры видео и попасть в рекомендации YouTube [Электронный ресурс]. <https://traff.ink/articles/seo-optimizatsiya-youtube/>
5. Крюкова Е. Как продвигаться на YouTube бесплатно [Электронный ресурс]. <https://www.unisender.com/ru/blog/sovety/kak-prodvigatsya-v-youtube-besplatno/>
6. Новиков Д. Продвижение видео на Ютуб от А до Я – подробное руководство по раскрутке канала на YouTube в 2023 году [Электронный ресурс]. <https://advazo.ru/news/optimizatsiya-i-prodvizhenie/kak-prodvigat-video-na-youtube/>
7. Оформление канала на YouTube: все о дизайне канала и видео [Электронный ресурс]. <https://prcy.ru/news/p/7847-oformlenie-kanala-na-youtube-vse-o-dizayne-kanala-i-video>
8. Рогов В. Как раскрутить канал на YouTube бесплатно, получить миллион подписчиков и не словить бан? [Электронный ресурс]. <https://vrogov.ru/business/youtube/besplatnaya-raskrutka-i-seo-optimizaciya-kanala-youtube>

References

1. Vlasova T. Kak oformit' kanal na Jutube: 31 sovet + primery dizajna [Jelektronnyj resurs]. <https://in-scale.ru/blog/oformlenie-kanala-na-yutub/>
2. Volovik K. Kak raskrutit' kanal na Jutube s nulja v 2023 – TOP 29 sposobov samostojatel'nogo prodvizhenija YouTube kanala [Jelektronnyj resurs] / <https://partnerkin.com/blog/articles/kak-raskrutit-kanal-youtube-sp>
3. Kak vesti kanal na YouTube novichku? Jutub na minimalkah [Jelektronnyj resurs]. <https://itbusiness.com.ua/other/18431-kak-vesti-kanal-na-youtube-novichku-yutub-na-minimalkah.html>
4. Kak raskrutit' kanal, uvelichit' prosmotry video i popast' v rekomendacii YouTube [Jelektronnyj resurs]. <https://traff.ink/articles/seo-optimizatsiya-youtube/>
5. Krjukova E. Kak prodvigat'sja na YouTube besplatno [Jelektronnyj resurs]. <https://www.unisender.com/ru/blog/sovety/kak-prodvigatsya-v-youtube-besplatno/>
6. Novikov D. Prodvizhenie video na Jutub ot A do Ja – podrobnое rukovodstvo po raskrutke kanala na YouTube v 2023 godu [Jelektronnyj resurs]. <https://advazo.ru/news/optimizatsiya-i-prodvizhenie/kak-prodvigat-video-na-youtube/>
7. Oformlenie kanala na YouTube: vse o dizajne kanala i video [Jelektronnyj resurs]. <https://prcy.ru/news/p/7847-oformlenie-kanala-na-youtube-vse-o-dizayne-kanala-i-video>
8. Rogov V. Kak raskrutit' kanal na YouTube besplatno, poluchit' million podpischikov i ne slovit' ban? [Jelektronnyj resurs]. <https://vrogov.ru/business/youtube/besplatnaya-raskrutka-i-seo-optimizaciya-kanala-youtube>

*Tkachev V.D.,
St. Petersburg State University*

**Theoretical approaches to the description and standardization
of PR practices when working on video channels**

Abstract: in today's world, attention time is greatly reduced. If earlier they talked about the 15 second rule, i.e. a person pays attention to an object for 15 seconds, and then is distracted from it, now we are talking about the 3-second rule. As a result, progress is very difficult. After all, advertising should capture the attention of a person in the first seconds. And this is where video comes in.

This is one of the reasons why video hosting is becoming a significant element in the promotion of companies and private professionals. But even here there are many complexities and subtleties. An incorrectly designed profile leads to the fact that the visitor does not even start watching the videos presented on the channel.

It is the design of the profile that becomes an important element that attracts the visitor to watch the video and further purchase. In this regard, of particular importance lies in the development of theoretical approaches to the description and standardization of PR practices.

It seems necessary to consider the features and approaches to the design of the channel, which will allow you to implement all the marketing tasks of a specialist and achieve your goals.

The comparative novelty of the appearance of video hosting and the corresponding promotion methods has become the reason that at present the marketing problems of channel promotion on video hosting sites are practically not studied in the scientific literature. When solving these issues, experts are guided by standard marketing methods that do not take into account the peculiarities of video hosting and consumer behavior when watching videos.

The scientific significance of this study lies in the identification of theoretical approaches to the implementation of the marketing tasks of specialists that will contribute to the achievement of the main business goals related to making a profit.

Keywords: video hosting, marketing tasks, channel promotion on video hosting, channel design on video hosting, free promotion methods, requirements for videos

For citation: Tkachev V.D. Theoretical approaches to the description and standardization of pr practices when working on video channels. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 39 – 43.

Received: July 8, 2023; Revised: July 21, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Соколов А.В., первый заместитель главного редактора газеты «Труд»,
член правления Союза предприятий печатной индустрии (СППИ ГИПП), соискатель,
Академия медиаиндустрии*

Цифровые платформы и ИИ в контексте авторских прав: новые вызовы для медиа

Аннотация: в эпоху цифровизации и массового внедрения искусственного интеллекта проблемы взаимоотношений издателей с поисковыми сетями и цифровыми платформами в контексте авторских прав становятся ключевыми для медиаиндустрии. Настоящая статья исследует два основных направления конфликта, связанного с авторским правом на контент и ростом ИИ в сфере медиа. В работе затрагиваются проблемы и вызовы, которые возникают в связи с потенциальным массовым внедрением ИИ в поисковых сетях и цифровых платформах особенно в разрезе проблемы использования авторских материалов для обучения моделей ИИ и т. п. В статье рассматриваются стратегические, экономические и юридические последствия распространения ИИ. Настоящая работа ставит своей целью стимулировать диалог между всеми заинтересованными сторонами для сохранения баланса между инновациями и экономическими интересами в отрасли.

Ключевые слова: ИИ, цифровые платформы, медиакоммуникации, поисковые системы, авторские права

Для цитирования: Соколов А.В. Цифровые платформы и ИИ в контексте авторских прав: новые вызовы для медиа // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 44 – 54.

Поступила в редакцию: 16 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 6 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Введение

Раз и навсегда лишившись в результате цифровизации статуса транзакционной платформы, традиционные медиа находятся в постоянном поиске устойчивой модели монетизации, шире – нового места в информационно-коммуникационном универсуме [1]. В новом цифровом ландшафте комбинация медийного контента, поисковых систем, цифровых платформ, а теперь и ИИ формирует сложную динамичную экосистему, которая меняет способы создания, распространения и потребления контента.

Издатели традиционных СМИ, онлайн-медиа, криейторы (производители оригинального контента), вкладывают значительные ресурсы в производство качественного контента, в свою очередь, поисковые сети, такие как Google, совершенствуют свои алгоритмы для индексации, ранжирования и обеспечения доступа к этому контенту для пользователей по всему миру. В последнее время технологии искусственного интеллекта стали играть заметную роль, улучшая процесс как создания, так и поиска контента, одновременно поднимая сложные этические вопросы, проблемы законности и будущего цифрового контента.

Взаимодействие между создателями контента, особенно представителями традиционных медиа, и цифровыми, преимущественно поисковыми, платформами не раз оборачивалось конфликтами. Ярким примером могут служить противоречия вокруг «сниппетов» [33, 3, с. 111-114] и шире – вопросов авторских прав на контент, которые стали источником длительных споров [32], связанных с обвинением таких компаний как, например, Google в нарушении авторских прав, обесцениванием контента и упущенной выгоды для медиаиздателей [8, 11, 15, 18, 29]. Эти вопросы остаются в центре внимания регуляторов по всему миру уже более десятилетия, акцентируя общественное внимание на проблематике защиты авторских прав и этики использования авторского контента в цифровую эпоху [25, 28].

Рост технологий ИИ, в том числе генеративных моделей ИИ, способных создавать текст, похожий на человеческий, судя по всему, станет новым «камнем преткновения» во взаимоотношениях создателей контента и поисковых, цифровых платформ, которые в 2023 году снова оказались на острие технологического прогресса теперь уже в связи с применением технологий ИИ.

Цифровой ландшафт и исторический контекст

«Цифровой ландшафт», каким мы его знаем сегодня, является продуктом десятилетий технологической эволюции, каждый этап которой развивался на основе предыдущего. На заре развития интернета контент был в основном статичным, а веб-сайты представляли собой оцифрованные копии бумажных изданий. Однако с появлением Web 2.0 произошли значительные изменения, контент, создаваемый пользователями, интерактивные веб-сайты, блоги и социальные сети стали центральным элементом новой онлайн-

реальности, коренным образом изменив характер производства и обмена контентом. Поисковые системы стали незаменимыми инструментами для навигации в потоке информации.

По мере развития интернета развивались и технологии, используемые для управления и создания контента. Искусственный интеллект, который был предметом исследований на протяжении десятилетий [72], начал делать значительные успехи. Машинное обучение привело к появлению моделей, которые могли «обучаться» на данных и совершенствоваться, реализуя «умные» алгоритмы поиска и создания контента на основе ИИ.

Самой последней разработкой в области ИИ, которая, как ожидается, существенно повлияет на издательский бизнес [30], стало появление генеративных моделей ИИ [49]. Эти модели, обученные на огромных объемах текстовых данных, могут генерировать человекоподобный текст [22], который зачастую неотличим от контента, написанного людьми [36]. Такие модели, как ChatGPT от OpenAI, Bard от Google, ERNI от Baidu и ряд других уже стали глобальным явлением, сделав ИИ более доступным и подчеркнув, как его потенциал, так и проблемы, которые он несет.

Хотя генеративные модели ИИ открывают широкие возможности для создания контента, они также вызывают серьезные опасения и не только этического плана [4]. Подобно конфликту по поводу авторских прав, вызванному в свое время снипшетами, использование, например, журналистского контента для обучения ИИ уже породило у крупных издателей вопросы о соблюдении авторских прав [5], справедливой компенсации и контроле над контентом. В целом, история цифровизации медиа – это история технологических инноваций, эволюции и проблем, которые она несет. Конфликт по поводу авторских прав на контент и развитие искусственного интеллекта глубоко укоренились в этом историческом контексте.

ИИ и генерация контента

Открытие для массового пользователя доступа к ChatGPT и другим инструментам ИИ от OpenAI в 2022 году, с одной стороны, демонстрирует возможности генеративного ИИ, с другой – дает старт «гонке ИИ» [21], в которую в начале 2023 года оказались втянуты гиганты цифровой индустрии [40], такие как Google, Microsoft, Facebook, Baidu и другие. Появление ChatGPT и его аналогов, безусловно, является значительным достижением в области ИИ, оно также вызывает многочисленные споры. Экспертами были высказаны опасения по поводу потенциального злоупотребления ИИ, а также этическими последствиями его массового внедрения [20], включая то, как используется существующий контент для обучения моделей ИИ [44].

Так называемая роботизированная журналистика, активно использующая искусственный интеллект, стала внедряться в крупных медиа с начала 2010-х годов. Например, BBC News Labs с 2012 года использует инструмент для извлечения данных Juicer [27]. Associated Press, начиная с 2013 года публикует новости, созданные при помощи программного обеспечения от Automated Insights, которое использует алгоритмы NLG, ML, NLP, DAA для преобразования больших данных в читаемые тексты [27]. Несколько лет назад AP также внедрил платформу NewsWhip, позволяющую мониторить СМИ в режиме реального времени и определять события и темы, которые будут актуальными в ближайшие часы [26]. Примером использования программных продуктов с элементами ИИ являются The Washington Post с системой Heliograf [39], Bloomberg с системой Cyborg, Forbes с системой управления контентом Bertie и The New York Times с системой обработки больших данных Editor, и системой на основе ИИ для модерации комментариев [48]. Китайская новостная служба Toutiao также использует искусственный интеллект Xiaomingbot с 2019 года [14].

Начало в 2023 году внедрения продуктов на основе ИИ цифровыми гигантами и массовый доступ к этим продуктам является, по мнению многих издателей, новейшей угрозой журналистике. Как отметил исполнительный директор Axel Springer, которой принадлежит Insider, Politico, Bild и ряд других изданий, М. Дорфнер [M. Dorfner] в своем обращении к сотрудникам 28 февраля 2023 года, «искусственный интеллект может сделать независимую журналистику лучше, чем когда-либо, или просто заменить ее» [12].

ИИ угрожает и доходам новостных СМИ. Издатели выражают свою обеспокоенность тем, как их контент, включая текст и изображения, использовался для «обучения» инструментов искусственного интеллекта и должны ли издатели получать компенсации. Помимо этого, издатели обеспокоены тем, что инструменты генеративного ИИ предоставляют пользователям информацию, не требуя от них перехода по ссылке непосредственно к источнику информации. Вызывает тревогу и то, что контент будет объединен с контентом других издателей и представлен пользователю инструментом ИИ без указания происхождения контента [23].

Коалиция издателей средств массовой информации?

«Идея объединения издателей прекрасна, но на самом деле этого никогда раньше не случалось» [23], как отметил директор аналитического центра в области СМИ Лондонской школы экономики и политических наук Ч. Беккет [C. Beckett,], в комментарии Observer в апреле 2023 года, когда Big Tech угрожали медиа-

компаниям в прошлом, они, как правило, заключали отдельные сделки с технологическими компаниями, а не сражались как группа [23].

Тем не менее в конце июня 2023 года в средствах массовой информации появились сообщения, о возможном объединении нескольких влиятельных американских издателей с целью коллективных действий в защиту отрасли от угроз, связанных с ИИ [9, 19, 24, 41]. Участники предполагаемых дискуссий включают высокопоставленных руководителей и юристов таких медиакомпаний, как The New York Times, News Corp, владеющая 18 ежедневными газетами (в том числе Wall Street Journal), 25 журналами о стиле жизни, включая Esquire и Harper's Bazaar и 27 местными телевизионными станциями; IAC, владеющая компанией Dotdash Meredith Media с такими известными брендами, как Verywell, The Spruce и Investopedia; Advance Publications, владеющая компанией Condé Nast, издатель таких журналов, как Vogue, The New Yorker и Wired; Axel Springer, владеющая изданиями Politico и Insider; а также Vox Media, управляющая Vox, New York Magazine, The Verge, The Strategist, Polygon, SB Nation, Intelligencer и другими [43].

Ранее в апреле 2023 года Б. Диллер [B. Diller], председатель совета директоров и старший исполнительный директор IAC и Expedia Group и экс гендиректор компании Fox, на конференции Semafor Media Summit отметил, что большие языковые модели, такие как ChatGPT, представляют собой угрозу для отрасли. По его мнению, генеративный ИИ представляет собой «новую форму интеллектуальной собственности», которая используется для «кражи» работы журналистов и других создателей контента [37]. По мере того, как крупные языковые модели становятся все более распространенными, потенциально отрицая необходимость того, чтобы потребители переходили на новостные сайты, издатели могут столкнуться со снижением доходов. Б. Диллер высказал опасение, что, если издатели не найдут способ компенсировать потери, это может привести к кризису в индустрии. Он также заявил о важности формировании коалиции издателей новостей для сопротивления технологиям, таким как ChatGPT, подчеркнув, что медиакомпаниям необходимо создать «авторский пул», который позволит им совместно покрывать расходы на судебные разбирательства [38].

Р. Томсон [R. Thomson], генеральный директор News Corp, под его руководством компания в 2021 году достигла соглашения с Google о сотрудничестве в США, Австралии и Великобритании. Эти сделки на тот момент стали первыми значительными соглашениями между крупнейшими новостными издательствами и Google [31, 42]. На мероприятии Всемирного конгресса новостных медиа INMA в Нью-Йорке [INMA World Congress] в мае 2023 года [35] Р. Томсон отметил, что генеративный ИИ может стать угрозой для журналистики по трем направлениям: использование издательского контента для обучения ИИ, создание отдельных историй в результате поиска без необходимости перехода на сайты СМИ, а также синтезирование «оригинальной журналистики» и представлении ее в виде «суперфрагментов» [35]. По мнению Томсона, не стоит ожидать, что регулирование ИИ будет в ближайшей перспективе исходить от правительств, поэтому медиакомпаниям важно активно защищать свои интересы и получать справедливую компенсацию за оригинальный контент [30].

Пока одни крупные издатели призывают к коллективным действиям, другие активно заключают лицензионные соглашения с компаниями, занимающимися ИИ. В июле 2023 года Associated Press согласилось предоставить OpenAI лицензию на свой архив новостей с 1985 года. В свою очередь, в рамках сделки AP получит доступ к технологиям OpenAI [16].

В то время как издатели только обсуждают возможность отстаивания своих коллективных прав в судах, активисты и отдельные авторы уже начали подавать иски к компаниям разработчикам ИИ.

Так, в ноябре 2022 был подан коллективный иск в федеральный суд США в Сан-Франциско, Калифорния, от имени пользователей GitHub. Истцы оспаривают законность GitHub Copilot (и связанного с ним продукта OpenAI Codex, на котором основан Copilot). Иск был подан против группы ответчиков, в которую входят GitHub, Microsoft (владелец GitHub) и OpenAI за предполагаемое нарушение закона об авторских правах путем «воспроизведения открытого исходного кода с использованием ИИ» [10].

В январе 2023 года та же группа активистов и юристов, инициировавших иск против GitHub, Microsoft и OpenAI, подали иск от имени трех художников против Stability AI и Midjourney, создателей платформ ИИ-генераторов изображений Stable Diffusion и Midjourney, а также платформы DeviantArt, которая создала собственный ИИ-генератор изображений DreamUp. Истцы утверждают, что эти организации нарушили права «миллионов художников», обучив свои инструменты искусственного интеллекта на пяти миллиардах изображений, взятых из Интернета «без согласия оригинальных художников» [45].

В июне 2023 году все те же активисты от имени группы писателей подали коллективный иск против OpenAI в федеральный суд Сан-Франциско, утверждая, что компания злоупотребила их работами для «обучения» своей системы генеративного искусственного интеллекта ChatGPT. В иске утверждается, что

ChatGPT извлекает данные, скопированные из тысяч книг без разрешения, нарушая таким образом авторские права [8].

В июле 2023 года комик и писатель С. Сильверман [C. Silverman] вместе с еще двумя авторами подали в Окружной суд США иски против OpenAI и Meta о нарушении авторских прав. В исках утверждается, среди прочего, что ChatGPT и LLaMA обучались на «незаконных наборах данных», содержащих их работы и полученные с веб-сайтов «теневых библиотек», таких как Bibliotik, Library Genesis, Z-Library и других [13].

В том же месяце в Голливуде ИИ стал одним из поводов для писателей и актеров, объявивших забастовку. Руководители студий хотят сохранить за собой право использовать ИИ, чтобы придумывать идеи, писать сценарии и даже воспроизводить голоса и образы актеров [21].

В это же время против OpenAI и Google было подано два коллективных иска, в которых утверждалось, что компании нарушили права миллионов интернет-пользователей, используя их комментарии в социальных сетях для обучения разговорных ИИ [46].

Все вышеперечисленные иски находятся на стадии рассмотрения, и пока неясно, как они будут разрешены. С учетом особенностей американского законодательства, практики судебных споров и статуса истцов рано говорить о какой-либо серьезной угрозе интересам разработчиков ИИ. Однако в то же время появление первых исков свидетельствует о растущей обеспокоенности возможным нарушением авторских прав со стороны компаний, занимающихся разработкой ИИ.

Стратегические последствия

Пересечение искусственного интеллекта, поисковых сетей и медиаизданий будет продолжать изменять индустрию. Издатели вынуждены адаптироваться к постоянно меняющемуся цифровому ландшафту. Способность эффективно использовать поисковые сети для генерации трафика и внедрять технологии искусственного интеллекта в процессы создания контента могут стать ключевыми конкурентными преимуществами. В то же время издатели должны отстаивать свои права и взаимодействовать с технологическими платформами, политиками и экспертами в области права, чтобы обеспечить свое выживание и конкурентоспособность в цифровую эпоху.

Стратегическим является вопрос коллективных действий и законодательной защиты интересов производителей оригинального контента в связи с развитием технологий ИИ. В целом за прошедшие несколько лет издателям удалось достигнуть определенного уровня паритета в отношениях с поисковыми сетями и цифровыми платформами, тот же Google изменил свои подходы к вопросу компенсаций издателям за использование их контента [7]. Как показывают опросы экспертов в области медиа, до трети доходов издателей могут составлять такие компенсационные выплаты [30]. Согласование взаимных интересов на новом витке технологического прогресса в связи с массовым внедрением ИИ, безусловно, становится стратегическим вопросом развития и, возможно, выживания индустрии.

Экономические последствия

Экономические последствия «революции, связанной с ИИ» для издателей также многогранны. Поисковые сети помогают генерировать трафик, приводя читателей на сайты издателей. Этот трафик имеет решающее значение для получения дохода от рекламы, который является основным источником дохода для многих издателей. Однако, когда поисковые сети, например, используют сниппеты, они отображают часть контента издателей на странице результатов поиска. Если пользователи находят нужную им информацию в сниппете, они могут не переходить на сайт, что приводит к потере дохода от рекламы. Аналогичным образом технологии ИИ, такие как ChatGPT, которые могут генерировать новостной и иной контент, представляют потенциальную угрозу для рекламных доходов издателей. Если генерируемый ИИ контент станет более распространенным источником новостей и информации, пользователи могут уйти с традиционных новостных сайтов, что приведет к снижению посещаемости и, соответственно, доходов от рекламы.

Не менее важным экономическим последствием внедрения ИИ станет возможное повышение эффективности «производства» новостей и прочего контента в медиа. И хотя пока, как было показано выше, крупные издатели, например, Axel Springer рассматривают ИИ как возможность сократить расходы на рутинные операции издательских домов [16], не исключено, что рано или поздно ИИ заменит собственно журналистов. Но и в этом вопросе важна позиция поисковых сетей и цифровых платформ, насколько толерантны они будут к «искусственному» контенту. Пока Google заявляет, что ему важна полезность контента в соответствии с принципами EЕАТ [17] в поисковой выдаче [2], а не его происхождение, однако с ростом использования ИИ для генерации текстов ситуация может меняться.

Юридические последствия

Как видно из приведенного выше обзора, существуют неурегулированные юридические проблемы, связанные с потенциальным нарушением авторских прав и товарных знаков, которые возникают при использовании генеративного ИИ.

Уже поданные иски пока сосредоточены на претензиях правообладателей к разработчикам и поставщикам услуг ИИ и сводятся к вопросу использования для обучения моделей ИИ на огромных объемах нелицензионных произведений, защищенных авторским правом, что, по мнению истцов, нарушает права интеллектуальной собственности.

Исход дел может зависеть от интерпретации добросовестного использования и от того, считается ли результат работы ИИ в достаточной степени «преобразующим». Существующие законы об авторском праве не были разработаны с учетом особенностей ИИ, и поэтому им трудно дать четкие указания. Более того, эти вопросы затрагивают более широкие этические проблемы, касающиеся природы творчества, прав создателей контента и ответственности разработчиков ИИ.

Как минимум в американской судебной системе возникает неопределенность в определении границ понятия «производное произведение» в соответствии с законами об интеллектуальной собственности. Исход таких дел зависит от интерпретации доктрины добросовестного использования, которая позволяет использовать защищенные авторским правом работы без разрешения владельца в определенных случаях, включая критику, комментарии, научную работу и трансформационное использование.

В какой-то степени примером такого «трансформационного использования» служит успешная защита компании Google от судебного иска, когда она использовала текст из книг для своей поисковой системы, ссылаясь на доктрину добросовестного использования [6].

С точки зрения технологических платформ, как использование сниппетов, так и развитие технологий искусственного интеллекта служат для улучшения пользовательского опыта и облегчения поиска и потребления онлайн-контента [47]. Это, по их мнению, в конечном итоге выгодно потребителям и способствует развитию творчества и инноваций в производстве контента. Более того, поставщики ИИ утверждают, что обучение их моделей, которое может включать контент, защищенный авторским правом, необходимо для функциональности моделей. Они утверждают, что такое использование является преобразующим, то есть значительно изменяет оригинальный контент для новой цели, что также может считаться добросовестным использованием [34].

Впрочем, остаются открытыми вопросы о том, кому принадлежат права интеллектуальной собственности на контент, создаваемый с использованием платформ искусственного интеллекта. Таким образом риски для, например, тех же издателей, использующих ИИ, включают прямое или непреднамеренное нарушение авторских прав [7], неопределенность прав собственности и разглашение коммерческой тайны.

Как видно, четкое разграничение прав интеллектуальной собственности между разработчиком ИИ, пользователем и владельцами исходных авторских прав на обучающие данные остается сложным вопросом. Очевидно, все игроки рынка заинтересованы в юридической определенности, возможно потребуются новые прецеденты для прояснения неопределенностей, связанных с авторским правом и генеративным ИИ.

Помимо авторских прав не менее, а может быть и более важным является вопрос об ответственности за недостоверную, небезопасную или иным образом нарушающую юридические или моральные нормы информацию.

Возможные решения и будущие последствия

Появление ИИ, несомненно, добавило еще один уровень сложности к существующему конфликту между издателями СМИ и технологическими платформами. Решение этих проблем потребует комплексных, многосторонних подходов, которые сбалансируют интересы всех вовлеченных сторон. Появление поисковых сетей и технологий искусственного интеллекта имеет далеко идущие последствия для издателей СМИ. Оно нарушило традиционные бизнес-модели и заставило издателей пересмотреть свои стратегии как с экономической, так и с юридической точки зрения.

Решение взаимосвязанных вопросов авторских прав на контент, ИИ и роли поисковых сетей требует комплексных и тонких решений. Это может включать изменения в нормативных актах, лицензионных соглашениях, моделях доходов, стратегическую адаптацию и развитие совместных усилий, таких как коалиция издателей.

Появление новых технологий также требует инновационных моделей получения дохода. Медиаиздатели могут наладить партнерские отношения с поисковыми сетями или поставщиками технологий искусственного интеллекта, разделяя доходы от увеличения трафика или контента, созданного искусственным интеллектом.

Издателям, возможно, придется стратегически адаптироваться к этой очередной цифровой трансформации. Это может включать внедрение искусственного интеллекта в процессы производства и распространения контента, создание более персонализированного и привлекательного контента. Кроме того, издатели могут более эффективно использовать поисковые сети для привлечения трафика на свои сайты, оптимизируя контент для появления в результатах поиска.

Попытки создания коалиции издателей свидетельствует о признании серьезности существующих проблем и необходимости единого фронта, объединяющего ресурсы и влияние. Именно такие коалиции смогут более эффективно взаимодействовать с технологическими платформами и политиками, в отстаивании отраслевых интересов.

Предложенные решения, несомненно, изменят ландшафт цифровых медиа. Нормативные изменения и лицензионные соглашения изменят отношения между издателями, поисковыми сетями и поставщиками ИИ. Новые модели получения прибыли могут предложить издателям новые источники дохода. Стратегическая адаптация может привести к увеличению количества контента, создаваемого ИИ, и усилению присутствия издателей в Интернете. В то же время совместные усилия могут привести к созданию более сбалансированной и устойчивой цифровой экосистемы.

Заключение

В заключение следует отметить, что цифровой ландшафт представляет собой сложное соотношение вызовов и возможностей для издателей СМИ, поисковых сетей и поставщиков ИИ.

Заглядывая в будущее, становится ясно, что описанный конфликт интересов издателей и Big Tech будет продолжать развиваться вместе с развитием технологий, эволюцией поведения потребителей и изменениями в законодательстве. Противоречие между защитой интересов владельцев авторских прав и стимулированием технологических инноваций будет оставаться серьезной проблемой цифровизации.

Путь вперед, вероятно, потребует особых усилий всех заинтересованных сторон для сохранения хрупкого баланса, включающего компромисс и сотрудничество между издателями СМИ, поисковыми сетями и поставщиками ИИ. Также важнейшую роль будет играть своевременное принятие «дальновидного» законодательства, способное идти в ногу с технологическими инновациями и в то же время обеспечивать гарантии интеллектуальной собственности и поощрять развитие творчества. В процессе движения по пути прогресса цифровых технологий коллективной целью всех институтов общества должно стать создание среды, которая уважает авторские права, вознаграждает творчество и поощряет технологический прогресс, в конечном итоге служа интересам издателей, платформ и, самое главное, глобальной аудитории.

Опыт зарубежных издателей в части защиты своих интересов во взаимодействия с поисковыми сетями и цифровыми платформами может и должен быть востребован отечественным издательским сообществом.

Литература

1. Дзялошинский И.М. Аффордансы информационно-коммуникационного универсума, или кто стоит за спиной массмедиа // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2021. Т. 26. № 1. С. 92 – 98. С. 94. <http://dx.doi.org/10.22363/2312-9220-2021-26-1-92-98>
2. Правила Google Поиска в отношении контента, созданного искусственным интеллектом [Electronic resource] // Блог Центра Search Console; Google for Developers. 2023. URL: <https://developers.google.com/search/blog/2023/02/google-search-and-ai-content?hl=ru> (accessed: 23.07.2023)
3. Соколов А.В. Влияние цифровых платформ на коммуникативные стратегии традиционных медиа // Журналист. Социальные коммуникации. 2023. № 1. С. 108 – 118.
4. AI Ethics [Electronic resource] // IBM. 2023. URL: <https://www.ibm.com/topics/ai-ethics> (accessed: 10.07.2023)
5. Appel G., Neelbauer J., Schweidel D.A. Generative AI Has an Intellectual Property Problem [Electronic resource] // Harvard Business Review. 2023. URL: <https://hbr.org/2023/04/generative-ai-has-an-intellectual-property-problem> (accessed: 10.07.2023).
6. Authors Guild v. Google, Inc., № 13-4829 (2d Cir. 2015) [Electronic resource] // Justia Law. 2015. RL: <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/ca2/13-4829/13-4829-2015-10-16.html> (accessed: 10.07.2023)
7. Bender B. A new licensing program to support the news industry [Electronic resource] // Google. 2020. URL: <https://www.blog.google/outreach-initiatives/google-news-initiative/licensing-program-support-news-industry/> (accessed: 10.07.2023)
8. Brittain B., Brittain B. Lawsuit says OpenAI violated US authors' copyrights to train AI chatbot // Reuters. 2023. URL: <https://www.reuters.com/legal/lawsuit-says-openai-violated-us-authors-copyrights-train-ai-chatbot-2023-06-29/> (accessed: 21.07.2023)
9. Bruell A. WSJ News Exclusive | Big News Publishers Look to Team Up to Address Impact of AI // Wall Street Journal. 2023. URL: https://www.wsj.com/articles/big-news-publishers-look-to-team-up-to-address-impact-of-ai-80c3b88e?mod=tech_lead_pos7 (accessed: 02.07.2023).
10. Butterick M. GitHub Copilot litigation, Joseph Saveri Law Firm & Matthew Butterick [Electronic resource] // GITHUB COPILOT LITIGATION. 2023. URL: <https://githubcopilotlitigation.com/> (accessed: 21.07.2023)

11. Chee F.Y, Klaus Lauer Google wins legal battle with German publishers over fee demands // Reuters. 2019. URL: <https://www.reuters.com/article/us-google-germany-publishers/google-wins-legal-battle-with-german-publishers-over-fee-demands-idUSKCN1VX0R2> (accessed: 10.07.2023)
12. Cooban A. The owner of Insider and Politico tells journalists: AI is coming for your jobs [Electronic resource] // CNN Business. 2023. URL: <https://edition.cnn.com/2023/03/01/media/axel-springer-ai-job-cuts/index.html> (accessed: 22.07.2023)
13. Davis W. Sarah Silverman is suing OpenAI and Meta for copyright infringement [Electronic resource] // The Verge. 2023. URL: <https://www.theverge.com/2023/7/9/23788741/sarah-silverman-openai-meta-chatgpt-llama-copyright-infringement-chatbots-artificial-intelligence-ai> (accessed: 22.07.2023)
14. Dilmegani C. Top 17 AI Trends. Applications in Media& Entertainment 2023 [Electronic resource]. AIMultiple. 2023. URL: <https://research.aimultiple.com/ai-media/#:~:text=Top%20AI%20Trends%20Applications%20in%20Media%20Gaming...Sports%20Gambling> (accessed at: 10.06.2023).
15. Fischer S., Dixon K. Scoop: Over 200 papers quietly sue Big Tech [Electronic resource] // Axios. 2021. URL: <https://www.axios.com/2021/12/07/1-local-newspapers-lawsuits-facebook-google> (accessed: 11.07.2023).
16. 21 Gerrit De Vynck. AI learned from their work. Now they want compensation. [Electronic resource] // Washington Post. 2023. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/07/16/ai-programs-training-lawsuits-fair-use/> (accessed: 21.07.2023)
17. Google's AI Content Guidelines (2023) [Electronic resource]. GetGenie. 2023. URL: <https://getgenie.ai/googles-ai-content-guidelines/> (accessed: 23.07.2023).
18. Google Books case: digitizing "snippets" of text is ruled "fair use" [Electronic resource] // Christian Science Monitor. 2013. URL: <https://www.csmonitor.com/Books/chapter-and-verse/2013/1114/Google-Books-case-digitizing-snippets-of-text-is-ruled-fair-use> (accessed: 11.07.2023)
19. Hauf P. News publishers explore coalition to address AI impact: report [Electronic resource] // FOX Business. 2023. URL: <https://www.foxbusiness.com/politics/news-publishers-explore-coalition-address-ai-impact-report> (accessed: 02.07.2023)
20. Heath R. AI experts warn of looming catastrophes [Electronic resource] // Axios. 2023. URL: <https://www.axios.com/2023/05/02/ai-chatgpt-disasters-scenarios-harms-geoffrey-hinton> (accessed: 21.07.2023)
21. Heaven W.D. Geoffrey Hinton tells us why he's now scared of the tech he helped build [Electronic resource] // MIT Technology Review. 2023. URL: <https://www.technologyreview.com/2023/05/02/1072528/geoffrey-hinton-google-why-scared-ai/> (accessed: 21.07.2023)
22. Hiter S. What Is a Generative AI Model? [Electronic resource] // eWEEK. 2023. URL: <https://www.eweek.com/artificial-intelligence/generative-ai-model/> (accessed: 10.07.2023)
23. Jones R. AI Is Threatening the Media Business, and IAC's Barry Diller Has an Answer [Electronic resource] // Observer. 2023. URL: <https://observer.com/2023/04/ai-is-threatening-the-media-business-and-iacs-barry-diller-has-an-answer/> (accessed: 22.07.2023)
24. Jones R. Major Publishers Are Reportedly Creating a Coalition Against AI [Electronic resource] // Observer. 2023. URL: <https://observer.com/2023/06/publishers-coalition-ai/> (accessed: 02.07.2023)
25. Media Alliance Applauds Senate Judiciary for Passing Bipartisan Journalism Competition and Preservation Act (JCPA) [Electronic resource] // News/Media Alliance. 2023. URL: <https://www.newsmediaalliance.org/release-news-media-alliance-applauds-senate-judiciary-for-passing-bipartisan-journalism-competition-and-preservation-act-jcpa/> (accessed: 11.07.2023)
26. Micklethwait J. The future of news [Electronic resource] // Bloomberg. 2018. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-05-03/john-micklethwait-the-future-of-news> (accessed at: 10.06.2023)
27. Miller R. AP's "robot journalists" are writing their own stories now [Electronic resource] // The Verge. 2015. URL: <https://www.theverge.com/2015/1/29/7939067/ap-journalism-automation-robots-financial-reporting> (accessed at: 10.06.2023)
28. Modernisation of European copyright rules: directive on copyright in the digital single market / Legislative Train Schedule [Electronic resource] // European Parliament. 2023. URL: <https://www.europarl.europa.eu/legislative-train/package-better-access-to-digital-goods-services/file-jd-directive-on-copyright-in-the-digital-single-market> (accessed: 11.07.2023)
29. Mullin J. New study shows Spain's "Google tax" has been a disaster for publishers [Electronic resource] // Ars Technica. 2015. URL: <https://arstechnica.com/tech-policy/2015/07/new-study-shows-spains-google-tax-has-been-a-disaster-for-publishers/> (accessed: 10.07.2023)

30. Newman N. Journalism, media, and technology trends and predictions 2023 [Electronic resource] // Reuters Institute for the Study of Journalism. 2023. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2023> (accessed: 11.07.2023)
31. News Corp agrees deal with Google over payments for journalism [Electronic resource] // The Guardian. 2021. URL: <https://www.theguardian.com/media/2021/feb/17/news-corp-agrees-deal-with-google-over-payments-for-journalism> (accessed: 21.07.2023)
32. Nielsen R.K., Ganter S.A. An epochal debate over the value of content: Tracing Google's Relations with Publishers // The Power of Platforms. xford University Press, 2022. P. 27 – 66.
33. Okumoko J. What Are Google's Featured Snippets? Everything You Need to Know [Electronic resource] // MUO. 2022. URL: <https://www.makeuseof.com/what-are-google-featured-snippets/> (accessed: 10.07.2023)
34. Sampathkumar S. ChatGPT and Copyright Issues [Electronic resource] // IP Matters. 2023. URL: <https://www.theipmatters.com/post/chatgpt-and-copyright-issues> (accessed: 24.07.2023)
35. Schmidt S. News Corp's Robert Thomson discusses AI's potential, negotiations with Big Tech [Electronic resource] // International News Media Association (INMA). 2023. URL: <https://www.inma.org/blogs/world-congress/post.cfm/news-corp-s-robert-thomson-discusses-ai-s-potential-negotiations-with-big-tech> (accessed: 21.07.2023)
36. Spitale G., Nikola Biller-Andorno, Germani F. AI model GPT-3 (dis)informs us better than humans // Science Advances. 2023. Vol. 9. № 26. DOI: 10.1126/sciadv.adh1850
37. Sundar S. Billionaire Barry Diller says the media should “absolutely” sue AI makers over ingesting text from articles [Electronic resource] // Business Insider. 2023. URL: <https://www.businessinsider.com/barry-diller-media-companies-should-sue-ai-makers-using-content-2023-4?international=true&r=US&IR=T> (accessed: 21.07.2023)
38. The Semafor Media Summit: In conversation with Jen Psaki, Stephen A. Smith, and Chris Licht [Electronic resource] // Semafor. 2023. URL: <https://www.semafor.com/article/04/10/2023/semafor-media-summit> (accessed: 21.07.2023).
39. The Washington Post leverages automated storytelling to cover high school football // Washington Post. 2017. URL: <https://www.washingtonpost.com/pr/wp/2017/09/01/the-washington-post-leverages-heliograf-to-cover-high-school-football/> (accessed at: 10.06.2023)
40. Thorbecke C. Google unveils its ChatGPT rival [Electronic resource] // CNN Business. 2023. RL: <https://edition.cnn.com/2023/02/06/tech/google-bard-chatgpt-rival/index.html> (accessed: 21.07.2023)
41. Troy M. Publishers Consider Forming Coalition to Regulate Generative AI [Electronic resource] // BARRETTNEWSMEDIA. 2023. URL: <https://barrettnewsmedia.com/2023/06/29/publishers-consider-forming-coalition-to-regulate-generative-ai/> (accessed: 02.07.2023)
42. Turvill W. Robert Thomson: News Corp's Google deal will give journalism industry “second wind” [Electronic resource] // Press Gazette. 2021. URL: <https://pressgazette.co.uk/news/robert-thomson-news-corps-google-deal-will-give-journalism-industry-second-wind/> (accessed: 21.07.2023)
43. US Media Ownership [Electronic resource] // PROJECTS.IQ.HARVARD.EDU. 2021. RL: <https://projects.iq.harvard.edu/futureofmedia/us-media-index> (accessed: 21.07.2023)
44. Vincent J. The scary truth about AI copyright is nobody knows what will happen next // The Verge. 2022. URL: <https://www.theverge.com/23444685/generative-ai-copyright-infringement-legal-fair-use-training-data> (accessed: 21.07.2023)
45. Vincent J. AI art tools Stable Diffusion and Midjourney targeted with copyright lawsuit [Electronic resource] // The Verge. 2023. URL: <https://www.theverge.com/2023/1/16/23557098/generative-ai-art-copyright-legal-lawsuit-stable-diffusion-midjourney-deviantart> (accessed: 21.07.2023)
46. Vynck G.D. ChatGPT maker OpenAI faces a lawsuit over how it used people's data // Washington Post. 2023. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/07/13/openai-chatgpt-pay-ap-news-ai/> (accessed: 21.07.2023)
47. Wiblin R., Harris K. Richard Ngo on large language models, OpenAI, and striving to make the future go well [Electronic resource] // 80,000 Hours. 2022. URL: <https://80000hours.org/podcast/episodes/richard-ngo-large-language-models/> (accessed: 24.07.2023)
48. Wolny N. Will The Washington Post's Robot Writer Take All The Gigs? [Electronic resource] // NICKWOLNY. 2023. URL: <https://nickwolny.com/heliograf> (accessed at: 10.06.2023)
49. Yalalov D. The Evolution of Chatbots from T9-Era and GPT-1 to ChatGPT [Electronic resource] // Metaverse Post. 2023. URL: <https://mpost.io/the-evolution-of-chatbots-from-t9-era-and-gpt-1-to-chatgpt/> (accessed: 10.07.2023)

References

1. Dzjaloshinskij I.M. Affordansy informacionno-kommunikacionnogo universuma, ili kto stoit za spinoj massmedia. Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Serija: Literaturovedenie. Zhurnalistika. 2021. T. 26. № 1. S. 92 – 98. S. 94. <http://dx.doi.org/10.22363/2312-9220-2021-26-1-92-98>
2. Pravila Google Poiska v otnoshenii kontenta, sozdanogo iskusstvennym intellektom [Electronic resource]. Blog Centra Search Console; Google for Developers. 2023. URL: <https://developers.google.com/search/blog/2023/02/google-search-and-ai-content?hl=ru> (accessed: 23.07.2023)
3. Sokolov A.V. Vlijanie cifrovyh platform na kommunikativnye strategii tradicionnyh media. Zhurnalist. Social'nyekommunikacii. 2023. № 1. S. 108 – 118.
4. AI Ethics [Electronic resource]/ IBM. 2023. URL: <https://www.ibm.com/topics/ai-ethics> (accessed: 10.07.2023)
5. Appel G., Neelbauer J., Schweidel D.A. Generative AI Has an Intellectual Property Problem [Electronic resource]. Harvard Business Review. 2023. URL: <https://hbr.org/2023/04/generative-ai-has-an-intellectual-property-problem> (accessed: 10.07.2023).
6. Authors Guild v. Google, Inc., № 13-4829 (2d Cir. 2015) [Electronic resource]. Justia Law. 2015. RL: <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/ca2/13-4829/13-4829-2015-10-16.html> (accessed: 10.07.2023)
7. Bender B. A new licensing program to support the news industry [Electronic resource]. Google. 2020. URL: <https://www.blog.google/outreach-initiatives/google-news-initiative/licensing-program-support-news-industry/> (accessed: 10.07.2023)
8. Brittain B., Brittain B. Lawsuit says OpenAI violated US authors' copyrights to train AI chatbot. Reuters. 2023. URL: <https://www.reuters.com/legal/lawsuit-says-openai-violated-us-authors-copyrights-train-ai-chatbot-2023-06-29/> (accessed: 21.07.2023)
9. Bruell A. WSJ News Exclusive | Big News Publishers Look to Team Up to Address Impact of AI. Wall Street Journal. 2023. URL: https://www.wsj.com/articles/big-news-publishers-look-to-team-up-to-address-impact-of-ai-80c3b88e?mod=tech_lead_pos7 (accessed: 02.07.2023).
10. Butterick M. GitHub Copilot litigation, Joseph Saveri Law Firm & Matthew Butterick [Electronic resource]. GITHUB COPILOT LITIGATION. 2023. URL: <https://githubcopilotlitigation.com/> (accessed: 21.07.2023)
11. Chee F.Y, Klaus Lauer Google wins legal battle with German publishers over fee demands. Reuters. 2019. URL: <https://www.reuters.com/article/us-google-germany-publishers/google-wins-legal-battle-with-german-publishers-over-fee-demands-idUSKCN1VX0R2> (accessed: 10.07.2023)
12. Cooban A. The owner of Insider and Politico tells journalists: AI is coming for your jobs [Electronic resource]. CNN Business. 2023. URL: <https://edition.cnn.com/2023/03/01/media/axel-springer-ai-job-cuts/index.html> (accessed: 22.07.2023)
13. Davis W. Sarah Silverman is suing OpenAI and Meta for copyright infringement [Electronic resource]. The Verge. 2023. URL: <https://www.theverge.com/2023/7/9/23788741/sarah-silverman-openai-meta-chatgpt-llama-copyright-infringement-chatbots-artificial-intelligence-ai> (accessed: 22.07.2023)
14. Dilmegani C. Top 17 AI Trends. Applications in Media& Entertainment 2023 [Electronic resource]. AIMultiple. 2023. URL: <https://research.aimultiple.com/ai-media/#:~:text=Top0120AI0TrendsFApplicationsinMediaGaming...SportsGambling> (accessed at: 10.06.2023).
15. Fischer S., Dixon K. Scoop: Over 200 papers quietly sue Big Tech [Electronic resource] // Axios. 2021. URL: <https://www.axios.com/2021/12/07/1-local-newspapers-lawsuits-facebook-google> (accessed: 11.07.2023).
16. 21 Gerrit De Vynck. AI learned from their work. Now they want compensation. [Electronic resource]. Washington Post. 2023. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/07/16/ai-programs-training-lawsuits-fair-use/> (accessed: 21.07.2023)
17. Google's AI Content Guidelines (2023) [Electronic resource]. GetGenie. 2023. URL: <https://getgenie.ai/googles-ai-content-guidelines/> (accessed: 23.07.2023).
18. Google Books case: digitizing "snippets" of text is ruled "fair use" [Electronic resource]. Christian Science Monitor. 2013. URL: <https://www.csmonitor.com/Books/chapter-and-verse/2013/1114/Google-Books-case-digitizing-snippets-of-text-is-ruled-fair-use> (accessed: 11.07.2023)
19. Hauf P. News publishers explore coalition to address AI impact: report [Electronic resource]. FOX-Business. 2023. URL: <https://www.foxbusiness.com/politics/news-publishers-explore-coalition-address-ai-impact-report> (accessed: 02.07.2023)
20. Heath R. AI experts warn of looming catastrophes [Electronic resource]. Axios. 2023. URL: <https://www.axios.com/2023/05/02/ai-chatgpt-disasters-scenarios-harms-geoffrey-hinton> (accessed: 21.07.2023)

21. Heaven W.D. Geoffrey Hinton tells us why he's now scared of the tech he helped build [Electronic resource]. MIT Technology Review. 2023. URL: <https://www.technologyreview.com/2023/05/02/1072528/geoffrey-hinton-google-why-scared-ai/> (accessed: 21.07.2023)
22. Hiter S. What Is a Generative AI Model? [Electronic resource]. eWEEK. 2023. URL: <https://www.eweek.com/artificial-intelligence/generative-ai-model/> (accessed: 10.07.2023)
23. Jones R. AI Is Threatening the Media Business, and IAC's Barry Diller Has an Answer [Electronic resource]. Observer. 2023. URL: <https://observer.com/2023/04/ai-is-threatening-the-media-business-and-iacs-barry-diller-has-an-answer/> (accessed: 22.07.2023)
24. Jones R. Major Publishers Are Reportedly Creating a Coalition Against AI [Electronic resource]. Observer. 2023. URL: <https://observer.com/2023/06/publishers-coalition-ai/> (accessed: 02.07.2023)
25. Media Alliance Applauds Senate Judiciary for Passing Bipartisan Journalism Competition and Preservation Act (JCPA) [Electronic resource]. News/Media Alliance. 2023. URL: <https://www.newsmediaalliance.org/release-news-media-alliance-applauds-senate-judiciary-for-passing-bipartisan-journalism-competition-and-preservation-act-jcpa/> (accessed: 11.07.2023)
26. Micklethwait J. The future of news [Electronic resource]. Bloomberg. 2018. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-05-03/john-micklethwait-the-future-of-news> (accessed at: 10.06.2023)
27. Miller R. AP's "robot journalists" are writing their own stories now [Electronic resource]. The Verge. 2015. URL: <https://www.theverge.com/2015/1/29/7939067/ap-journalism-automation-robots-financial-reporting> (accessed at: 10.06.2023)
28. Modernisation of European copyright rules: directive on copyright in the digital single market. Legislative Train Schedule [Electronic resource]. European Parliament. 2023. URL: <https://www.europarl.europa.eu/legislative-train/package-better-access-to-digital-goods-services/file-jd-directive-on-copyright-in-the-digital-single-market> (accessed: 11.07.2023)
29. Mullin J. New study shows Spain's "Google tax" has been a disaster for publishers [Electronic resource]. Ars Technica. 2015. URL: <https://arstechnica.com/tech-policy/2015/07/new-study-shows-spains-google-tax-has-been-a-disaster-for-publishers/> (accessed: 10.07.2023)
30. Newman N. Journalism, media, and technology trends and predictions 2023 [Electronic resource]. Reuters Institute for the Study of Journalism. 2023. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2023> (accessed: 11.07.2023)
31. News Corp agrees deal with Google over payments for journalism [Electronic resource]. The Guardian. 2021. URL: <https://www.theguardian.com/media/2021/feb/17/news-corp-agrees-deal-with-google-over-payments-for-journalism> (accessed: 21.07.2023)
32. Nielsen R.K., Ganter S.A. An epochal debate over the value of content: Tracing Google's Relations with Publishers. The Power of Platforms. xford University Press, 2022. P. 27 – 66.
33. Okumoko J. What Are Google's Featured Snippets? Everything You Need to Know [Electronic resource]. MUO. 2022. URL: <https://www.makeuseof.com/what-are-google-featured-snippets/> (accessed: 10.07.2023)
34. Sampathkumar S. ChatGPT and Copyright Issues [Electronic resource]. IP Matters. 2023. URL: <https://www.theipmatters.com/post/chatgpt-and-copyright-issues> (accessed: 24.07.2023)
35. Schmidt S. News Corp's Robert Thomson discusses AI's potential, negotiations with Big Tech [Electronic resource]. International News Media Association (INMA). 2023. URL: <https://www.inma.org/blogs/world-congress/post.cfm/news-corp-s-robert-thomson-discusses-ai-s-potential-negotiations-with-big-tech> (accessed: 21.07.2023)
36. Spitale G., Nikola Biller-Andorno, Germani F. AI model GPT-3 (dis)informs us better than humans. Science Advances. 2023. Vol. 9. № 26. DOI: 10.1126/sciadv.adh1850
37. Sundar S. Billionaire Barry Diller says the media should "absolutely" sue AI makers over ingesting text from articles [Electronic resource]. Business Insider. 2023. URL: <https://www.businessinsider.com/barry-diller-media-companies-should-sue-ai-makers-using-content-2023-4?international=true&r=US&IR=T> (accessed: 21.07.2023)
38. The Semafor Media Summit: In conversation with Jen Psaki, Stephen A. Smith, and Chris Licht [Electronic resource]. Semafor. 2023. URL: <https://www.semafor.com/article/04/10/2023/semafor-media-summit> (accessed: 21.07.2023).
39. The Washington Post leverages automated storytelling to cover high school football. Washington Post. 2017. URL: <https://www.washingtonpost.com/pr/wp/2017/09/01/the-washington-post-leverages-heliograf-to-cover-high-school-football/> (accessed at: 10.06.2023)

40. Thorbecke C. Google unveils its ChatGPT rival [Electronic resource]. CNN Business. 2023. RL: <https://edition.cnn.com/2023/02/06/tech/google-bard-chatgpt-rival/index.html> (accessed: 21.07.2023)
41. Troy M. Publishers Consider Forming Coalition to Regulate Generative AI [Electronic resource]. BARRETTNEWSMEDIA. 2023. URL: <https://barrettnewsmedia.com/2023/06/29/publishers-consider-forming-coalition-to-regulate-generative-ai/> (accessed: 02.07.2023)
42. Turvill W. Robert Thomson: News Corp's Google deal will give journalism industry "second wind" [Electronic resource]. Press Gazette. 2021. URL: <https://pressgazette.co.uk/news/robert-thomson-news-corps-google-deal-will-give-journalism-industry-second-wind/> (accessed: 21.07.2023)
43. US Media Ownership [Electronic resource]. PROJECTS.IQ.HARVARD.EDU. 2021. RL: <https://projects.iq.harvard.edu/futureofmedia/us-media-index> (accessed: 21.07.2023)
44. Vincent J. The scary truth about AI copyright is nobody knows what will happen next. The Verge. 2022. URL: <https://www.theverge.com/23444685/generative-ai-copyright-infringement-legal-fair-use-training-data> (accessed: 21.07.2023)
45. Vincent J. AI art tools Stable Diffusion and Midjourney targeted with copyright lawsuit [Electronic resource]/ The Verge. 2023. URL: <https://www.theverge.com/2023/1/16/23557098/generative-ai-art-copyright-legal-lawsuit-stable-diffusion-midjourney-deviantart> (accessed: 21.07.2023)
46. Vynck G.D. ChatGPT maker OpenAI faces a lawsuit over how it used people's data/ Washington Post. 2023. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/07/13/openai-chatgpt-pay-ap-news-ai/> (accessed: 21.07.2023)
47. Wiblin R., Harris K. Richard Ngo on large language models, OpenAI, and striving to make the future go well [Electronic resource]. 80,000 Hours. 2022. URL: <https://80000hours.org/podcast/episodes/richard-ngo-large-language-models/> (accessed: 24.07.2023)
48. Wolny N. Will The Washington Post's Robot Writer Take All The Gigs? [Electronic resource]. NICKWOLNY. 2023. URL: <https://nickwolny.com/heliograf> (accessed at: 10.06.2023)
49. Yalalov D. The Evolution of Chatbots from T9-Era and GPT-1 to ChatGPT [Electronic resource]. Metaverse Post. 2023. URL: <https://mpost.io/the-evolution-of-chatbots-from-t9-era-and-gpt-1-to-chatgpt/> (accessed: 10.07.2023)

*Sokolov A.V., 1st Deputy Editor-in-Chief of the newspaper "Trud",
Member of the Board of the Union of Printing Industry Enterprises (SPPI GIPP), Applicant,
Academy of Media Industry*

Digital platforms and AI in the context of copyright: new challenges for media

Abstract. In the era of digitalization and mass implementation of artificial intelligence, the issues of publisher relationships with search networks and digital platforms in the context of copyright have become key for the media industry. This article explores two main directions of the conflict associated with copyright on content and the growth of AI in the media sphere. The paper addresses the problems and challenges that arise from the potential mass adoption of AI in search networks and digital platforms especially in terms of the problem of authoring materials for training AI models, etc. The paper discusses the strategic, economic, and legal implications of AI's dissemination. The current work aims to stimulate dialogue between all parties interested in maintaining a balance between innovation and economic interests in the industry.

Keywords: AI, digital platforms, media communications, search engines, copyright

For citation: Sokolov A.V. Digital platforms and AI in the context of copyright: new challenges for media. Philological Sciences Bulletin. 2023. 3 (8). P. 44 – 54.

Received: July 16, 2023; Revised: August 6, 2023; Accepted: September 5, 2023.

Титов Я.Н., кандидат педагогических наук, независимый исследователь

Ассиметрия в художественном переводе на примере дискурсивного анализа отрывка романа «Тогой Сэлэ» Л. Попова и его перевода на русский язык

Аннотация: в художественном переводе важна передача не только формы, смысла исходного текста, но и некоего культурного кода, в котором заложены отношение народа, его видение окружающей действительности, его менталитет, мировоззрение через призму автора оригинального текста. В статье на примере дискурсивного анализа отрывка романа «Тогой Сэлэ» Л. Попова и его перевода на русский язык выявляются особенности асимметрии в художественном переводе. В результате исследования автор статьи приходит к выводу, что необходим учет асимметричности в художественном переводе для достижения адекватности передачи авторской мысли, его художественного мира. В русском переводе есть несовпадения, неточности, не в полной мере передан авторский стиль, русский перевод уступает в эмоциональной насыщенности, в переводе отрывка упущено описание бедного балагана и состояния персонажей при виде важного гостя, что приводит к некоторому диссонансу. Вместе с тем важно понимать, что художественный перевод всегда есть интерпретация, творческий процесс, в нем всегда есть место асимметрии, качество и адекватность перевода зависят от того, насколько переводчику удалось вникнуть в творческий мир автора, понять его стиль, какие задачи преследовал.

Ключевые слова: художественный перевод, языковая асимметрия, транспонирование смыслов, интерпретация, теория языковых концептов, дискурсивный анализ

Для цитирования: Титов Я.Н. Ассиметрия в художественном переводе на примере дискурсивного анализа отрывка романа «Тогой Сэлэ» Л. Попова и его перевода на русский язык // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 55 – 59.

Поступила в редакцию: 11 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 6 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Введение

В межкультурной коммуникации, при взаимодействии двух языков часто наблюдается отсутствие точного, однозначного соответствия между элементами языка, причем асимметрия характерна всем уровням сопоставляемых языков [4].

В исследованиях по теории перевода последнего времени асимметрия понимается как отсутствие единообразия в строении и функционировании единиц любого уровня. Процесс перевода понимается как процесс транспонирования смыслов, этому процессу характерно отсутствие единообразия в плане содержания и выражения текстов, которые принадлежат разным языкам и культурам, поэтому можно заключить, что асимметрия является не только свойством процесса перевода, но и его текстоформирующим фактором [2].

Актуальность исследования языковой асимметрии в художественном переводе заключается в том, что несоответствие, несовпадение взаимодействующих языковых систем, языковых знаков ведет к переводческим ошибкам и неточностям.

Во избежание переводческих ошибок и достижения адекватности перевода необходим учет асимметричности языковых систем, языковых картин. В этом может помочь теория языковых концептов.

В современных концепциях перевода важное место занимает теория языковых концептов, которая утверждает, что при переводе необходимо обращать внимание не только на передачу формы, смысла исходного текста,

но и стремиться передать некий культурный код, в котором заложены отношение народа, его видение окружающей действительности, его менталитет, мировоззрение [7].

Этот культурный код нашел отражение прежде всего в системе концептов, концепты отражают важные установки и категории жизненной философии любого народа, в нем заложены мифологические, религиозные, этнические представления народа, его этические, моральные, ценностные воззрения [1].

Цель данного исследования – показать на примере дискурсивного анализа отрывка романа «Тогой Сэлэ» Л. Попова и его перевода на русский язык асимметричность в художественном переводе. Для этого использовалась схема дискурсивного анализа, предложенная В.Б. Кашкиным [3].

Для анализа и сопоставления нами были взяты отрывки из романа «Тогой Сэлэ» Л.А. Попова и из авторизованного перевода на русский язык представлены в табл. 1.

Таблица 1

Отрывки из романа «Тогой Сэлэ» Л.А. Попова и из авторизованного перевода на русский язык

Оригинал [5]	Перевод [6]
<p>Кулуба аҕалбыт аһа-үөлэ – сылгы иһэ, халын хаһа, улар этэ остуолга тардыллыбыта. Уонна арыгы арааһа баара. Маннык аһы-үөлү, бу самналлыбыт балаҕан тутуллубуттан билэ илигэ. Маннык күлэ-сала тигинэччи отуллубута суоҕа, бу кыпкыараҕас балаҕан кыараҕас холумтаннаах буор оһоҕо. Биллэрик оронго кулуба курдук, маннык маанылаах ыалдьыт хаһан да олорботоҕо. Бу кэри-куру балаҕан иһэ маннык үөрүүнэн-көтүүнэн хаһан да күлүмнээбэтэҕэ. Тэрэнтэйдээх Балаҕыйа, өрүү ыар мунҕа сылдыбыт эрэйдээхтэр, сүрдэрэ куттара маннык бу эрэ көтөбүлүннэҕэ, сирэйдэрэ харахтара маннык бу эрэ сыр даатаҕа. Тэрэнтэй арыгынан алгыс тыл ботугуруу-ботугуруу, аал уотун аан маннай аһатан сандаарыттаҕа.</p>	<p>Да и многое в тот раз для Аларовых было необычным. Ведь никогда прежде на лавке-биллерике не сидел столь почетный и высокий гость, как сам улусный голова. Никогда еще не пылал с таким веселым гудом глиняный камелек этого тесного жилья. Никогда еще Терентий не угощал свой очаг водкой из большого стакана.</p>

Для полноты картины нами тоже сделана попытка перевода оригинального отрывка:

Яства, привезенные главой: конские потроха, брюшной жир – хаса, мясо глухаря – были выставлены на стол. Еще стол ломился от разнообразия алкоголя. Никогда еще низенький балаган не видел такого богато-того стола. Никогда еще узкая печь с низким шестком не была так затоплена. Никогда еще на главной лавке не сидел такой знатный гость. Никогда еще так не сверкал радостью и весельем бедный балаган. Впервые у бедных Терентий с Пелагеей, погруженных в извечные проблемы, познавших столько горя, радовалась душа, лица их посветлели. Впервые Терентий, тихо бормоча под носом слова благословения-алгыс, подносил алкоголь к очагу, задабривая хозяина огня.

Данный отрывок из известного романа Леонида Попова относится, с одной стороны, к общей (публичной) сфере дискурса, так как направлен на эстетическое воздействие на читателя, с другой стороны, индивидуально-личной сфере, так как выражает авторское, субъективное видение окружающего мира.

Перевод А. Гурулева в этом плане в целом соответствует оригиналу, но, на наш взгляд, утеряно авторское, субъективное видение окружающего мира.

Приведенный отрывок представляет собой язык художественной литературы, так как в нем создается образ бедного балагана Терентия и Пелагеи, встречающих богача Бадаева. В данном отрывке использованы различные средства выразительности, например, синтаксический параллелизм: *Маннык аһы-үөлү, бу самналлыбыт балаҕан тутуллубуттан билэ илигэ. Маннык күлэ-сала тигинэччи отуллубута суоҕа, бу кыпкыараҕас*

балаҕан кыараҕас холум- таннаах буор оһоҕо.

В русском переводе сохранен синтаксический параллелизм, но при этом текст стал сухим, без эмоций, не сохранено описание состояния Терентия и Пелагеи, встречающих богача Бадаева, образ бедного балагана стал безликим.

Это – отрывок из романа «Тогой Сэлэ» Л.А. Попова, в котором рассказывается об установлении советской власти на Западе Якутии. Данный отрывок представляет дескриптивный тип текста, так как в нем содержится описание места в мельчайших подробностях, можно сказать, поэтическое его описание.

В русском переводе дескриптивность сохранена, но утеряна поэтичность, описание места, которое в оригинальном тексте дано в мельчайших подробностях, опущено.

Этот отрывок – описание бедного балагана, никогда не видевшего столь богатого угощения, столь важного гостя в своих стенах. Всего в семи предложениях описания писателю удалось передать всю бедность, ветхость жилья Терентия и Пелагеи, волнение их души.

В русском тексте отрывок представлен в четырех предложениях, притом первое предложение представляет собой нечто новое, отсутствующее в оригинале, оно в какой-то степени замещает первые четыре предложения оригинального отрывка. Русский перевод не передает всю бедность, ветхость жилья Терентия и Пелагеи, волнение их души.

Отрывок написан от третьего лица, коммуникативный фокус отрывка представляет собой квази-реальный мир, создаваемый автором, референциальную иллюзию.

Русский текст полностью совпадает по этому критерию.

Эпизод романа представляет собой один абзац, топикальное СФЕ, но вместе с тем в нем можно выделить экспозицию, основную часть и заключение: первое предложение отрывка – экспозиция, основную часть представляет описание бедного балагана, в последних 2 предложениях – заключение, в котором показано состояние обитателей балагана.

Русский перевод тоже представляет один абзац, топикальное СФЕ, структура оригинала видоизменена: первое предложение – экспозиция, три последующих предложения представляют описание бедного балагана, но при этом не передают состояние обитателей балагана.

Отрывок монологичен, образец несобственно-прямой речи, так как передаются слова, мысли, чувства, восприятие автора. Модальность выражена при помощи наклонения глаголов, видо-временной соотнесенности глаголов, синтаксического параллелизма и т.д. В данном отрывке представлены все типы речи: повествование, описание и рассуждение, преобладающим типом является рассуждение, так как через описание балагана (описания как такового в чистом виде нет, оно выражено деталями, образными словами) передается авторская оценка, выраженная такими маркерами, как: оценочная лексика (*самналлыбыт балабан, өрүү ыар мунна сьлдьыбыт эрэйдээхтэр, күлэ-сала*), однотипность предложений, синтаксический параллелизм и т.п.

Русский перевод в целом соответствует вышесказанному критерию, так же, как и в оригинальном тексте, при помощи эпитетов (*веселым гудом, тесного жилия*) передана авторская оценка, однотипность предложений, синтаксический параллелизм оригинала сохранен.

Для данного отрывка характерна субъективная модальность, так как в нем выражено авторское стремление к эстетическому воздействию на читателя – вызвать у него сочувствие, сострадание к трудной судьбе персонажей, которым впервые удалось сесть за такой богатый стол.

Данный критерий в русском тексте сохранен, но переводчику не удалось передать в полной мере эмоциональный настрой оригинала. Текст перевода не имеет того эстетического воздействия, не вызывает сочувствие, сострадание к трудной судьбе персонажей, которым впервые удалось сесть за такой богатый стол.

Пресуппозиция текста и в оригинале, и в переводе предполагает наличие знаний по этнографии, культурологии, истории, так как в тексте использована лексика, обозначающая явления, характерные для народа саха: *биллэрик орон, сьлгы иһэ, халыг хаһа, кулуба* и т.д.

Отрывок из романа Л. Попова – пример тема-рематической структуры веерного типа с повторяющейся стабильной темой и разными ремами: балаган – тема, рема: убранство стола, состояние Пелагеи и Терентия и т.д.

Русский текст в целом соответствует этому критерию, кроме богатого стола и состояния персонажей.

С точки зрения прагматики в данном эпизоде описания балагана представлена интродуктивная референция, так как известно только отправителю – автору: *маннык*. Представлены пространственный и временной дейксисы: *маннык*, хронотопический дейксис указывает на временную и пространственную локализацию сообщаемого факта: *бу, өрүү, бу эрэ* и т.д.

В русском переводе интродуктивная референция сохранена, пространственный и временной дейксисы: *в тот раз, никогда*, хронотопический дейксис указывают на временную и пространственную локализацию сообщаемого факта: *столь, с таким* и т.д.

Маркерами анафорических отношений являются временные, пространственные слова: *маннык, бу, өрүү, бу эрэ* и т.д. Катафорические отношения выражены однотипными предложениями, синтаксическим параллелизмом, которые цепляются друг за другом: *Маннык аһы-үөлү, бу самналлыбыт балабан тутуллаубуттан билэ илигэ. Маннык күлэ-сала тигинэччи отуллубута суоҕа, бу кып-кыараҕас балабан кыараҕас холумтаннаах буор оһоҕо. Биллэрик оронго кулуба курдук, маннык маанылаах ыалдьыт хаһан да олорботоҕо.*

В русском тексте анафорические отношения сохранены, они выражены так же временными и пространственными маркерами: *в тот раз, никогда еще, столь*. Катафорические отношения так же выражены однотипными предложениями, синтаксическим параллелизмом, которые цепляются друг за другом: *Ведь никогда прежде на лавке-биллерике не сидел столь почетный и высокий гость, как сам улусный голова. Никогда еще не пылал с таким веселым гудом глиняный камелек этого тесного жилия. Никогда еще Терентий не угощал свой очаг водкой из большого стакана.*

Временная партитура отрывка представлена перцептуальными и дискурсивными временами, которые обозначены аспектуальными маркерами временных отношений: *бу, өрүү, бу эрэ* и т.д.

Временная партитура сохранена в русском переводе, присутствуют аспектуальные маркеры временных отношений: *никогда, в тот раз, никогда еще*.

В отрывке использовано много выразительных средств дискурса: синтаксический параллелизм: *Маннык аһы-үөлү, бу самналлыбыт балабан тутуллаубуттан билэ илигэ. Маннык күлэ-сала тигинэччи отуллубута*

суоҕа, бу кып-кыараҕас балаҕан кыараҕас холумтаннаах буор оһоҕо. Биллэрэк оронго кулуба курдук, манньк маанылаах ыалдьыт хаһан да олорботоҕо; эпитеты: кэри-куру балаҕан күлэ-сала тигинэччи отулубутаҕа; парные слова: сүрдэрэ-куттара, аһа-үөлэ и т.д.

В русском переводе сохранен синтаксический параллелизм оригинального отрывка, эпитеты *веселым гудом, тесного жилия*, парные слова не удалось сохранить.

Прецедентные явления и элементы интертекста представлены отсылками на олонхо: *аал-уот, алгыс тыл* и т.п.

В русском отрывке прецедентные явления и элементы интертекста с отсылкой на олонхо не представлены, о национальном колорите свидетельствуют только лавка-биллерик, улусный голова.

Данный отрывок из романа – образец художественной литературы, где образный мир создается посредством выразительных средств – слова, поэтому явных невербальных элементов нет. Но при этом образ бедного балагана так ярко описан вербально, что можно представить, ощутить на уровне воображаемых запахов, вкусов, цветов.

Переводчику не удалось полноценно передать, описать образ бедного балагана и состояние его обитателей при виде важного гостя. Русскоязычный читатель не сможет представить, ощутить на уровне воображаемых запахов, вкусов, цветов то, что дано в якутском отрывке.

Авторитетность дискурса выражена характерными для олонхо языковыми формулами: *сүр-кут, алгыс тыл, аал-уот* и др.

Этот критерий в русском текст отсутствует.

В анализируемом отрывке языковые выразительные средства представляют концептосферу народа саха, его языковую культуру, для которых характерно использование парных слов, эпитетов: *кэри-куру балаҕан күлэ-сала тигинэччи отулубутаҕа*; парных слов: *сүрдэрэ-куттара, аһа-үөлэ*, вербальных мифологем – *алгыс тыл, аал-уот* и т.д.

В переводном отрывке не удалось сохранить концептосферу народа саха, его языковую культуру, не переданы вербальные мифологемы, не сохранены парные слова, на национально-этнический колорит указывают маркеры лавка-биллерик, улусный голова.

В целом индивидуальный стиль и образ автора текста своеобразен, богат и ярок, образ ветхого, бедного балагана, состояние Терентия и Пелагеи вызывают различные чувства и эмоции, отрывок оказывает эстетическое воздействие на читателя.

На наш взгляд, в русском переводе своеобразие индивидуального стиля и образа автора текста утеряно, не передано в полной мере.

Заключение

Таким образом, можно заключить, что необходим учет асимметричности в художественном переводе для достижения адекватности, точности, полноты передачи авторской мысли, его художественного мира на всех уровнях сопоставляемых языков, начиная с лексического, паремиологического, заканчивая уровнем текста и концепта.

В проанализированном отрывке русского перевода романа «Тогой Сэлэ» Л.А. Попова есть несовпадения, неточности, не в полной мере передан авторский стиль, русский перевод уступает в эмоциональной насыщенности, в переводе отрывка упущено описание бедного балагана и состояния персонажей при виде важного гостя, что приводит к некоторому диссонансу.

Вместе с тем считаем, что русский перевод адекватен, полно передает смысл оригинала, что в переводе художественного текста допускается асимметрия, если интерпретация переводчика, его прочтение, его видение не противоречат авторскому замыслу, творческому методу, художественной задаче.

Литература

1. Воркачев С.Г. Счастье как лингвокультурный концепт. М.: Гнозис, 2004. 192 с.
2. Гончар Н.Г. Асимметрия в переводе художественного текста: этнолингвокультурный аспект: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. [URL] https://revolution.allbest.ru/languages/00935195_0.html#text].
3. Кашкин В.Б. Введение в теорию дискурса. М., 2010. С. 121–123.
4. Лекомцева И.А., Куралева Т.В. Межъязыковая асимметрия в переводе [Электронный ресурс] / [Режим доступа] <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhyazykovaya-asimmetriya-v-perevode/viewer>
5. Попов Л.А. Тоҕой Сэлэ: роман. Якутск, 1976. 256 с.
6. Попов Л.А. Тоҕой Сэлэ: Роман / Авториз: пер. с якут. А.Гурулева. М, 1988. 387 с.
7. Скрябина А.А. Концепты Дьол ‘Счастье’ – Сор ‘Несчастье’ в якутской лингвокультуре: автореф. дис. ... канд. филолог. наук. Якутск, 2020. 24 с.

References

1. Vorkachev S.G. Schast'e kak lingvokul'turnyj koncept. M.: Gnozis, 2004. 192 s.
2. Gonchar N.G. Asimetrija v perevode hudozhestvennogo teksta: jetnolingvokul'turnyj aspekt: avtoreferat dissertacii na soiskanie uchenoj stepeni kandidata filologicheskikh nauk. [URL] https://revolution.allbest.ru/languages/00935195_0.html#text].
3. Kashkin V.B. Vvedenie v teoriju diskursa. M., 2010. S. 121 –123.
4. Lekomceva I.A., Kuraleva T.V. Mezhyazykovaja asimmetrija v perevode [Elektronnyj resurs]. [Rezhim dostupa] <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhyazykovaya-asimmetriya-v-perevode/viewer>
5. Popov L.A. Toŝoj Sjelje: roman. Jakutsk, 1976. 256 s.
6. Popov L.A. Togoŝoj Sjelje: Roman. Avtoriz: per. s jakut. A.Guruleva. M, 1988. 387 s.
7. Skrjabina A.A. Koncepty D'ol 'Schast'e' – Sor 'Neschast'e' v jakutskoj lingvokul'ture: avtoref. dis. ... kand. filolog. nauk. Jakutsk, 2020. 24 s.

Titov Ya.N., Candidate of Pedagogic Sciences (Ph.D.), Independent Researcher

Assymetry in literary translation on the example of discourse analysis of an excerpt from novel "Togoi Sele" by L. Popov and its translation into Russian

Abstract: it is important to convey not only the form, meaning of the original text, but also a certain cultural code in literary translation, which contains the people's attitude and vision of the surrounding reality, their mentality, worldview through the author's prism of the original text. The article reveals the features of asymmetry in literary translation using the example of a discourse analysis of an excerpt from the novel "Togoi Sele" by L. Popov and its translation into Russian. As a result of the research, the author of the article comes to the conclusion that it is necessary to take into account the asymmetry in literary translation in order to achieve the adequacy of the transmission of the author's thought, his artistic world. In the Russian translation there are discrepancies, inaccuracies, the author's style is not fully conveyed, the Russian translation is inferior in moving narrative, the translation of the passage omits the description of the poor booth and the characters' feelings at the sight of an important guest, which leads to some dissonance. At the same time, it is important to understand that literary translation is always an interpretation, a creative process, there is always a place for asymmetry in it, the quality and adequacy of the translation depend on how much the translator managed to penetrate into the author's creative world, understand his style, what tasks he pursued.

Keywords: literary translation, language asymmetry, transposition of meanings, interpretation, theory of linguistic concepts, discourse analysis

For citation: Titov Ya.N. Assymetry in literary translation on the example of discourse analysis of an excerpt from novel "Togoi Sele" by L. Popov and its translation into Russian. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 55 – 59.

Received: July 11, 2023; Revised: August 6, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Чередникова Е.А., кандидат филологических наук, доцент,
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)*

Способы и приемы передачи русскоязычных артионимов на английский язык (на примере картин государственного русского музея)

Аннотация: смена научной парадигмы в языкознании привела к тому, что лингвисты все чаще стали обращаться к дискурсу как к более широкой сфере функционирования естественного человеческого языка. В связи с этим исследование языка в его дискурсивных проявлениях приобрело в наши дни наибольшую популярность и распространенность. Одним из многочисленных дискурсивных пространств функционирования языка является искусствоведческий дискурс. Кроме того, в настоящее время существует мало работ, исследующих артионимы с переводческой точки зрения. Предпринятое нами исследование посвящено анализу русскоязычных артионимов в переводческом аспекте. Цель исследования – описать специфику перевода русских артионимов на английский язык на материале наименований картин из коллекции Государственного Русского музея.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи. Первая задача состояла в описании способов и приемов, которые были использованы переводчиками. Вторая задача заключалась в анализе специфики перевода артионимов, содержащих национально-культурный компонент.

Практическая ценность исследования состоит в возможности включения его результатов в лекционные курсы по сравнительному языкознанию и переводоведению.

Ключевые слова: артионим, способы и приемы передачи, английский язык, Государственный Русский музей

Для цитирования: Чередникова Е.А. Способы и приемы передачи русскоязычных артионимов на английский язык (на примере картин государственного русского музея) // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 60 – 65.

Поступила в редакцию: 15 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 6 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 2023 г.

В данном исследовании мы сосредоточимся на способах и приемах передачи русскоязычных артионимов на английский язык (на примере картин Государственного Русского музея).

Прежде чем приступить к анализу переводческих решений при передаче русскоязычных артионимов на английский язык, обратимся к актуальности и проблематике данного исследования, а затем к характеристике собранного материала.

Одним из многочисленных дискурсивных пространств функционирования языка является искусствоведческий дискурс. К его анализу обращались такие исследователи, как Булатова А.П. [1], Ерохина А.Б. [3], Милетова Е.В. [4], Мухаметгареева Н.М. [5, 6] и др. Авторы рассматривали данный тип дискурса в различных аспектах, но наибольший интерес, как показал наш обзор критической литературы, представляет именно его лингвистические особенности. В частности, исследователи фокусируются на изучении лексического пласта искусствоведческого дискурса. В нашем исследовании мы сосредоточимся на одном из разрядов лексики – именах собственных, а именно, на артионимах – наименованиях произведений искусства. Супрун В.И. [9] указывал на недостаточную изученность данного разряда имен собственных, это обусловило актуальность выбранной нами темы.

Проблематика понимания артионима как термина обусловлена в первую очередь его относительной новизной, а также тем, что артионимы до сих пор не стали предметом комплексного лингвистического изучения.

Общий объем фактического материала составляет 100 единиц-наименований картин русских живописцев (являющиеся представителями разных течений и писавшие свои полотна в разное время), отобранных нами на сайте Государственного Русского музея [2] вместе с их переводом.

Для систематизации собранных единиц-наименований картин русских художников обратимся к классификации Юдиной Т.М. [10]. Наш материал был систематизирован следующим образом:

- артионимы, называющие событие – 11 единиц, что составляет 11% от общего количества анализируемых единиц (например, «Покорение Сибири Ермаком Тимофеевичем», «Запорожцы пишут письмо турецкому султану», «Миропомазание великой княгини Елизаветы Алексеевны» [2] и др.);

- артионимы, называющие предметы и явления – 8 единиц, что составляет 8% от общего количества анализируемых единиц (например, «Обоз порожняком», «Оттепель», «Девятый вал», «Черный квадрат» [2] и др.);

- артионимы, называющие место и / или время – 12 единиц, что составляет 12% от общего количества анализируемых единиц (например, «Ледяные горы в Москве на Неглинке во время Масленой недели», «Подновинское предместье в Москве во время народного гулянья», «Гумно», «У дверей мечети», «В волостном правлении» [2] и др.);

- артионимы, называющие персону – 50 единиц, что составляет 50% от общего количества анализируемых единиц (например, «Славильщики-городовые», «Л.Н. Толстой босой», «Бабы», «Верка», «Беженка» [2] и др.);

- артионимы, называющие животный мир – 2 единицы, что составляет 2% от общего количества анализируемых единиц (например, «Две гончие», «Пейзаж с коровами» [2]);

- артионимы, называющие природные объекты (растения, рельеф, водные объекты) – 2 единицы, что составляет 2% от общего количества анализируемых единиц (например, «Яблоки и листья», «Заросший пруд» [2]);

- артионимы-комбинации – 15 единиц, что составляет 15% от общего количества анализируемых единиц (например, «Грачи прилетели», «Сенокос», «Утро стрелецкой казни», «Бурлаки на Волге» [2] и др.). Таким образом, для наглядности и большей информативности мы решили создать круговую диаграмму, которая представляет соотношение семантических типов артионимов (рис. 1):



Рис. 1. Круговая диаграмма соотношения семантических типов артионимов

Наши результаты проливают свет на особенности переводческих решений, которые весьма неоднородны. Сопоставив оригинальные названия картин с их официальным переводом, размещенным на сайте музея, мы выяснили, что в каждом конкретном случае переводчик использовал прием, который, по его мнению, помог адекватно передать смысл того или иного артионима.

При помощи метода сплошной выборки нам удалось собрать фактический материал, который составляет 100 единиц-наименований картин русских живописцев, отобранных вместе с их переводом на сайте Государственного Русского музея.

В ходе анализа передачи русскоязычных артионимов на английский язык (на примере картин из коллекции Государственного Русского музея) нами были выделены следующие основные способы и приемы перевода:

1. Прямой перевод

Данный прием применяется переводчиком в тех случаях, когда артионим состоит из слова или словосочетания с прямым или универсальным метафорическим значением и имеет полный эквивалент в языке перевода. Наш анализ показал, что переводчик довольно часто использовал прием прямого перевода. На примере рассмотрим следующий артионим «Охотники на привале» [2], состоящий из словосочетания, каждый компонент которого имеет прямое значение. В «Толковом словаре русского языка» Ожегова С.И. [7] слово *охотник* – это «человек, который занимается охотой; любитель охотиться; тот, кто охотится», а слово *привал* – это «остановка в пути для отдыха, а также место такой остановки». Картина иллюстрирует данное событие: три охотника расположились на земле для отдыха. Переводчик передает название как «*Hunters at Rest*» [11] (*hunter* – букв. *охотник*, *rest* – букв. *отдых*). Как видим, переводчик нашел в языке перевода единицы, эквивалентные оригиналу, что способствовало адекватной передаче артионима на английский язык.

Приведенный пример иллюстрирует тот факт, что прямая передача артионима с русского языка на английский возможна, если в составе артионима отсутствует безэквивалентная или культурно-специфическая

лексика, эмоционально-окрашенные единицы, русскоязычные реалии. Как видим, наименование рода деятельности – это единица, характеризующаяся прямым значением, она есть в обоих языках, поэтому её передача на другой язык заключалась лишь в поиске точного эквивалента.

2. Транскрипция / транслитерация

Данный прием чаще всего используется переводчиками в тех случаях, когда артионим содержит имя собственное, наименование национальной или территориальной принадлежности человека, а также в случаях наличия в составе артионима безэквивалентных или культурно-окрашенных единиц, соответствий которым нет в языке перевода.

Среди имен собственных в составе артионимов нам встретились наименования жителей определенного региона и названия самих регионов, республик, городов, улиц, площадей, рек, имена, отчества и фамилии людей и др. (например, «Сибирячка», «Чумаки в Малороссии», «Малороссы», «Иван Грозный и сын его Иван», «Л.Н. Толстой босой» [2] и др.)

Среди безэквивалентных и культурно-специфических единиц мы обнаружили наименования титулов, сословий, должностей, праздников, деталей одежды и утвари, территориальных подразделений и организаций, хозяйственных построек («Скоморохи», «День выборов в Верховный Совет СССР», «Беседа колхозной бригады (Колхозная бригада)» [2] и др.).

Рассмотрим пример артионима, в составе которого есть подобные единицы. Название картины «Запорожцы пишут письмо турецкому султану» [2], переведенное как «Zaporozhian Cossacks write a letter to the Turkish Sultan» [11], имеет в составе наименование членов военно-земледельческой общины вольных поселенцев – *запорожцы*, а также наименование титула мусульманского монарха – *султан*. Однако с помощью приема транслитерации передается лишь единица *султан*. Единица запорожцы переводится с помощью словосочетания *Zaporozhian Cossacks*, что буквально означает *запорожские казаки* и является официальным наименованием членов военно-земледельческой общины на Украине. Слово *cossaks* – это транслитерированный перевод единицы *казаки*. Таким образом, не найдя семантически близких аналогов безэквивалентным единицам в английском языке, переводчик адекватно передал артионим на английский язык, применив прием транслитерации.

Название широко известной картины «Три богатыря» [2] передано на английский язык как «Three Bogatyrs» [11]. Несмотря на то, что в английском языке существует понятие *epic hero*, обозначающее былинного героя, оно не несет той смысловой нагрузки и национально-исторической специфики, какую имеет русское слово *богатырь*. Поэтому предпочтительным способом перевода данной единицы стала транслитерация.

Посредством транслитерации передан на английский язык и артионим «Баня» [2]. Он переведен как «Banya» [11]. Баня для русского народа еще в глубокой древности была не только местом для мытья, но и священным местом силы. Считалось, что человек, сходявший в баню, вбирал в себя силу всех стихий (огня, воды, земли и воздуха) и становился здоровее и крепче. В русском паремиологическом фонде существует немало пословиц и поговорок, иллюстрирующих «силу» и «способность к исцелению» бани: например, «Баня – мать вторая: кости распарит, тело поправит», «Баня все грехи смое», «Баня любую болезнь из тела изгонит!». Обязательным атрибутом банного купания был веник, которым парились – хлестали друг друга, что есть мочи с целью нагнетания жара и массажа. Разумеется, бани были известны не только представителям русского народа (и европейцы, и мусульмане имели в своей культуре места для омовения). Однако на картине изображена именно русская баня с деревянными полками, кадками и вениками. Поэтому для передачи русского колорита переводчик сохраняет единицу в исходном виде, передавая ее через транслитерацию.

Некоторые деминутивы (в частности деминутивы от имен или от культурно-окрашенных единиц) также передаются на английский язык с помощью приема транслитерации. Так, например, деминутив слободка в названии картины «Золотая осень. Слободка» (в переводе «Golden Autumn. Slobodka» [11]) передается как *slobodka*. Слободкой в крепостной России называли большое село с некрепостным населением, а также торговый или ремесленный поселок, освобожденный от княжеских повинностей. Очевидно, что данная единица является безэквивалентной, поэтому переводчик не смог подобрать в английском языке ее аналог и воспользовался приемом транслитерации. Деминутив, содержащийся в названии картины «Верка» [2] (*Верка* является деминутивной формой от *Вера*), также передано с помощью транслитерации – «Verka» [11].

3. Приемы переводческих трансформаций

В некоторых случаях при передаче русскоязычных артионимов на английский язык переводчик прибегает к использованию различных переводческих трансформаций. К числу наиболее распространенных трансформаций относятся добавления. Чаще всего лексические добавления сопровождают перевод деминутивов, входящих в состав артионимов.

Так, например, артионим «Спящий пастушок» [2] (в переводе «Sleeping Shepherd Boy» [11]) содержит в своем составе деминутив *пастушок* – «уменьш.-ласкательное значение к пастух – работник, пасущий скот» [7]. Обычно *пастушком* называли мальчика, занимающегося выпасом скота. В английском языке есть лексическая единица *shepherd*, имеющая значение «пастух». Для того чтобы показать уменьшительно-ласкательное значение оригинальной единицы, переводчик использует прием лексического добавления: он передает деминутив синтаксическим способом с помощью словосочетания *shepherd boy*, где слово *boy* буквально обозначает мальчика. Мы считаем, что в этом случае переводчик осуществил адекватный перевод, поскольку для английского языка менее характерны лексические деминутивы.

Еще одним примером лексического добавления служит артионим «Конный портрет императрицы Елизаветы Петровны с арапчонком скороходом» [2], переданный на английский язык как «Equestrian Portrait of the Empress Elizabeth Petrovna with a Little Negro Footboy» [11]. В составе артионима присутствует деминутив *арапчонок*. *Арапом* называли чернокожего прислужника, который работал в царских дворцах или аристократических домах, *арапчонком* – ребенка арапа. Для того чтобы показать уменьшительно-ласкательное значение оригинальной единицы, переводчик использует прием лексического добавления: он передает деминутив синтаксическим способом с помощью словосочетания *little footboy*, где слова *little* и *boy* отражают семантику уменьшительности. Поскольку единица *арап* является устаревшей единицей в русском языке, то при ее передаче переводчик предпочел подобрать семантический аналог – *negro*, который буквально означает «темнокожий». Мы считаем, что в этом случае переводчик осуществил адекватный перевод.

4. Описательный перевод

К данному виду перевода прибегают в тех случаях, когда в языке перевода невозможно найти эквивалент оригинала или семантически близкую ему единицу. Иными словами, описательный перевод используется при передаче безэквивалентной лексики. Этот прием заключается в раскрытии значения переводимой единицы через развернутые словосочетания, то есть через ее толкование. Приведем несколько примеров.

Артионим «Сватовство майора» [2] передается на английский язык как «The Major Makes a Proposal (Inspecting a Bride in a Merchant's House)» [11]. Как видим, в развернутой описательной конструкции поясняется значение русского культурно-специфического слова *сватовство*. *Сватовством* называют один из этапов русского свадебного обряда, во время которого жених предлагает руку и сердце девушке при ее родителях и между гостями (сватами) и хозяевами происходит договор о предстоящем бракосочетании [7]. На Руси приезд жениха посвататься, как правило, был неожиданным, и его целью было не только знакомство с невестой и ее оценивание, но и демонстрация женихом своих качеств. Переводчик передал всю специфику и содержание данного обряда, названного сватовством, посредством описания, которое буквально переводится так: *Майор делает предложение (осматривая невесту в купеческом доме)*. Разумеется, переводчику необходимо было обладать определенными фоновыми знаниями относительно традиций и обычаев русского народа, чтобы верно передать значение безэквивалентной единицы *сватовство*.

Рассмотрим еще пример описательного перевода артионима. Так название картины «Славильщики-городовые» [2] передается переводчиком на английский язык как «Watchmen Singing Praises» [11]. *Славильщиком* ранее называли человека, который ходил в канун рождества по домам и пел церковные песни, прославляя Христа. В переводе через словосочетание *singing praises* (букв. *поющие хвалу*) поясняется особенность деятельности славильщика, поскольку в английском языке нет единицы, эквивалентной оригиналу.

Артионим «Гумно» [2] также передан на английский язык описательным способом – «Threshing Barn» [11]. Буквально английское словосочетание переводится как *сарай для молотбы*. Гумно [7] – это помещение для хранения сжатого хлеба или площадка для молотбы. Таким образом, в описательном переводе подчеркивается функционал данного помещения, что было бы затруднительным при использовании транслитерации.

5. Модуляция

Транскреация (вольный перевод) крайне редко используется при передаче артионимов. В нашем материале нам встретился один случай использования данного приема. Приведем его.

Название картины «Сарынь на кичку!» [2] понятно далеко не каждому русскому зрителю. Именно поэтому оно вызывает трудности при восприятии иностранцами. Прежде чем перевести данный артионим, переводчик наверняка обращался к историческим источникам в поисках информации о том, что означает фраза *Сарынь на кичку!* С подобным кличем волжские разбойники приказывали команде корабля собраться в передней части судна, чтобы не препятствовать ограблению. По другой версии, данная фраза – это древний боевой клич донских казаков. Переводчик взял за основу этот факт и, применив, прием генерализации, полностью заменил название, но сохранил при этом художественную ценность и привлекательность назва-

ния для зрительской аудитории. Мы видим, что данный артионим переведен как «Battle cry» [11] (букв. *боевой клич*).

Таким образом, собранный нами материал показал, что при переводе артионимов переводчики используют различные приемы. С помощью транслитерации передаются имена, отчества и фамилии, а также безэквивалентная лексика. Прием прямого перевода применяется переводчиком в тех случаях, когда артионим состоит из слова или словосочетания с прямым или универсальным метафорическим значением и имеет полный эквивалент в языке перевода. Посредством косвенного перевода (чаще всего это лексические добавления или опущения) в основном передаются деминутивы, входящие в состав артионимов. С помощью описательного перевода передается безэквивалентная лексика. Очень редко используется прием транскреации, который заключается в вольной передаче значения артионима – полной его замене в языке перевода.

Литература

1. Булатова А.П. Лингво-когнитивный анализ искусствоведческого дискурса (музыка, архитектура): автореф: дис. ... канд. филол. наук. Москва, 1999. 296 с.
2. Государственный русский музей: официальный сайт. URL: <https://rusmuseumvrm.ru/collections/painting/index.php> (дата обращения: 25.06.2023)
3. Ерохина А.Б. Прагмалингвистические аспекты современного искусствоведческого дискурса (на материале англоязычных текстов, посвященных изобразительному искусству): дис. ... канд. филол. наук. Москва: 2018. 184 с.
4. Милетова Е.В. К проблеме двойственной природы современного англоязычного искусствоведческого дискурса // Перспективные вопросы мировой науки: материалы VIII научно-практической конференции (17-25 декабря 2012 г., Болгария). София, 2012. С. 40 – 46.
5. Мухаметгареева Н.М. Артионим во французском и русском искусствоведческих дискурсах: лингвокультурологический аспект перевода: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2017. 24 с.
6. Мухаметгареева Н.М., Насырова М.Р. Проблема перевода русских артионимов на английский язык // Теория и практика языковой коммуникации: материалы XI Международной научно-практической конференции. Уфа, 2019. С. 157 – 163.
7. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=19643> (дата обращения: 29.06.2023)
8. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. Изд. стереотип. Москва: URSS, 2019. 368 с.
9. Супрун В.И. Размышления над ономастической терминологией // Известия ВГПУ. 2011. Вып. 8. Т. 62. С. 133 – 138.
10. Юдина Т.М., Воронина Е.Ф. Артионимы в структурном аспекте (на материале названий произведений изобразительного искусства художников Арктики) // Славянская филология: XXI век: материалы III Междунар. Научной конференции (Архангельск, 23-24 мая 2012 г.). Архангельск: ИД САФУ, 2014. С. 92 – 97.
11. The virtual Russian museum: сайт. URL: <https://rusmuseumvrm.ru/collections/painting/index.php?lang=en> (дата обращения: 27.06.2023)

References

1. Bulatova A.P. Lingvo-kognitivnyj analiz iskusstvedcheskogo diskursa (muzyka, arhitektura): avtoref: dis. ... kand. filol. nauk. Moskva, 1999. 296 s.
2. Gosudarstvennyj russkij muzej: oficial'nyj sajt. URL: <https://rusmuseumvrm.ru/collections/painting/index.php> (data obrashhenija: 25.06.2023)
3. Erohina A.B. Pragmalingvisticheskie aspekty sovremennogo iskusstvedcheskogo diskursa (na materiale anglojazychnyh tekstov, posvjashhennyh izobrazitel'nomu iskusstvu): dis. ... kand. filol. nauk. Moskva: 2018. 184 s.
4. Miletova E.V. K probleme dvojtvennoj prirody sovremennogo anglojazychnogo iskusstvedcheskogo diskursa. Perspektivnye voprosy mirovoj nauki: materialy VIII nauchno-prakticheskoj konferencii (17-25 dekabrja 2012 g., Bolgarija). Sofija, 2012. S. 40 – 46.
5. Muhametgareeva N.M. Artionim vo francuzskom i russkom iskusstvedcheskijh diskursah: lingvokul'turologičeskij aspekt perevoda: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Ufa, 2017. 24 s.
6. Muhametgareeva N.M., Nasyrova M.R. Problema perevoda russkih artionimov na anglijskij jazyk. Teorija i praktika jazykovej kommunikacii: materialy XI Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Ufa, 2019. S. 157 – 163.

7. Ozhegov S.I. Tolkovyj slovar' russkogo jazyka. URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=19643> (data obrashhenija: 29.06.2023)
8. Superanskaja A.V. Obshhaja teorija imeni sobstvennogo. Izd. stereotip. Moskva: URSS, 2019. 368 s.
9. Suprun V.I. Razmyshlenija nad onomasticheskoj terminologiej. Izvestija VGPU. 2011. Vyp. 8. T. 62. S. 133 – 138.
10. Judina T.M., Voronina E.F. Artionimy v strukturnom aspekte (na materiale nazvanij proizvedenij izobrazitel'nogo iskusstva hudozhnikov Arktiki). Slavjanskaja filologija: XXI vek: materialy III Mezhdunar. Nauchnoj konferencii (Arhangel'sk, 23-24 maja 2012 g.). Arhangel'sk: ID SAFU, 2014. S. 92 – 97.
11. The virtual Russian museum: sajt. URL: <https://rusemuseumvrm.ru/collections/painting/index.php?lang=en> (data obrashhenija: 27.06.2023)

*Cherednikova E.A., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Rostov State University of Economics (RSUE)*

Methods and techniques of translating Russian-language artionyms into English (using the example of paintings by the State Russian Museum)

Abstract: the change of the scientific paradigm in linguistics has led to the fact that linguists increasingly began to turn to discourse as a broader sphere of functioning of the natural human language. In this regard, the study of language in its discursive manifestations has become the most popular and widespread nowadays. One of the numerous discursive spaces of language functioning is the art history discourse. In addition, there are currently few works exploring artionyms from a translation point of view. Our research is devoted to the analysis of Russian-language artionyms in the translation aspect. The purpose of the study is to describe the specifics of the translation of Russian artionyms into English on the material of the names of paintings from the collection of the State Russian Museum.

The following tasks were solved to achieve this goal. The first task was to describe the methods and techniques that were used by the translators. The second task was to analyze the specifics of the translation of artionyms containing a national-cultural component.

The practical value of the research lies in the possibility of including its results in lecture courses on comparative linguistics and translation studies.

Keywords: artionym, methods and techniques of translation, English, the State Russian Museum

For citation: Cherednikova E.A. Methods and techniques of translating Russian-language artionyms into English (using the example of paintings by the State Russian Museum). *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 60 – 65.

Received: July 15, 2023; Revised: August 6, 2023; Accepted: September 5, 2023.

**Буряковская В.А., доктор филологических наук, доцент,
Волгоградский государственный социально-педагогический университет,
Календр А.А., кандидат филологических наук,
Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева**

**Аксиологический аспект лингвокультурного феномена «слово года»
(на материале английского языка)**

Аннотация: данная статья посвящена вопросу об аксиологической составляющей такого лингвокультурного феномена, как слово года. Материалом исследования послужили англоязычные словари и публицистические статьи по данной тематике, опубликованные в американских и британских газетах. Для реализации обозначенной цели поставлены и решаются задачи, состоящие в определении понятия «ценность», проведении дискурсивного анализа словоупотреблений «слов года». Авторы исходят из постулата о том, что ценностная картина мира имеет свое воплощение в языке и выражается в определенных культурных доминантах. В статье дается анализ словоупотреблений в современном англоязычном медиадискурсе и дается оценка социальной и политической подоплеки функционирования изучаемых лексических единиц в американском и британском говорящих коллективах. Как свидетельствуют результаты исследования, искусственно выделенные «слова года» предстают как инструмент воздействия на массовое сознание, предлагая воспринимающей аудитории необычные и незнакомые ранее ассоциативные связи, которые тем не менее способны катализировать восприятие данных «слов года» в нужном русле.

Результаты исследования могут найти применение в чтении лекций и проведении практических занятий по лексикологии, спецкурсах по социолингвистике и психолингвистике.

Ключевые слова: слово года, медиадискурс, аксиология, ассоциация, ценностная картина мира, публицистическая статья

Для цитирования: Буряковская В.А., Календр А.А. Аксиологический аспект лингвокультурного феномена «слово года» (на материале английского языка) // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 66 – 70.

Поступила в редакцию: 23 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 13 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Каждый год во многих странах мира группа лингвистов выделяет слова года, которые, по их мнению, являются значимыми для говорящего коллектива и отражают текущую повестку дня в обществе. Ранее нами был проведен анализ слов года за 2017 год в русско-, англо- и франкоязычных лингвокультурах и было отмечено, что «сегодня задействуются все модусы существования медиа – от простого телевизора до онлайн медиа, эксплуатирующие в наибольшей степени стратегию воздействия через формирование определенной точки зрения и вдалбливания её в головы медиапотребителей. Абсолютно очевидно, что эта тенденция не является какой-то сугубо этнокультурной специфичной чертой – эта тенденция глобальна и в полной мере характеризует как русскоязычное, так и англоязычное, и франкоязычное медиaprостранство» [2, с. 105].

События 2022 года повлияли на мировосприятие говорящих коллективов и на выделение наиболее значимых слов и понятий. Так, американским лингвистом Беном Зиммером совместно с тремя оксфордскими лексикографами были выделены следующие три словосочетания, которые указывают на политическую и социальную активность англоязычного общества, а также отображают события 2022 года: *metaverse*, *#IstandWith*, *goblin mode*. Оксфордским словарем англоговорящим по всему миру было предложено ранжировать данные три слова по степени значимости [10, 11].

Для реализации цели исследования были применены гипотетико-дедуктивный метод, компонентный метод, контекстный метод, метод критического анализа дискурса.

Материалом исследования послужили статьи, размещенные на сайтах Оксфордского словаря и словаря Вебстера, посвященные «слову году-2022» и тексты публицистических статей британских и американских газет “The Guardian”, “The Telegraph”, “The New York Times”, а также комментарии к ним. Обратим внимание, что популярность составления списка значимых слов завоевала многие страны. Представление такого списка делается на сайтах словарей или других интернет источниках и по своей сути представляет собой листикл (от англ. listicle). Полагаем, что «статья-список» носит информационно-развлекательный характер, однако, её воздействующая функция вполне очевидна, о чем свидетельствуют комментарии читателей.

В работе ставится и достигается цель проведения критического анализа англоязычного медиадискурса с фокусировкой на его аксиологическую составляющую.

Мы придерживаемся точки зрения В.И. Карасика о том, что ценностная картина мира включает в себя оценочные суждения, которые культурно обусловлены [5, с. 168]. Таким образом, язык неминуемо является выразителем ценностной картины мира того или иного этноса. Ценностная картина мира в рамках одной языковой культуры имеет в качестве своего выражения определенные языковые единицы, которые становятся значимыми для говорящего коллектива в силу социальных, политических или иных причин, становясь объектом манипулирования при формировании общественного мнения и влиянии на общественное сознание.

Вслед за Т.А. ван Дейком и Н. Фарклоу считаем, что дискурс объективируется через социальные проблемы, способствует формированию общества и культуры [7, 12].

В свою очередь М.В. Гаврилова замечает, что «важным моментом критического осмысления дискурса является выяснение того, кто контролирует топики (семантические макроструктуры) и изменения топиков в дискурсе. В этом случае в фокусе внимания исследователей оказываются ситуации, в которых редакторы решают, какие новостные события освещать в прессе» [3, с. 11]. На тему «слова года» в газете «Гардиан» было написано пять статей. Можно ли их считать абсолютно нейтральными или они все-таки идеологически нагружены?

Так, С.М. Богатовой был рассмотрен новый концепт «метавселенная» в публицистическом жанре на материале данных постоянно пополняющегося корпуса NOW (News on the Web), репрезентируя данный концепт в массовом сознании. В ходе исследования было выявлено, что «существует некий идеал «метавселенной», которая должна быть максимально похожей на реальную жизнь. Наряду с этим, подчеркивается принципиально цифровой характер «метавселенной» и ее связь с другими современными технологиями. Наиболее частой основой для отрицательных оценок является ее ассоциация в сознании людей с антиутопическими сценариями тотального контроля и погружения в «Матрицу». Положительных оценок данного концепта почти столько же по количеству, но они более разнообразны по семантике. Они описывают метавселенную как нечто популярное, притягательное и даже соблазнительное» [1, с. 67-68]. Данное исследование демонстрирует высокую ассоциативность слова «метавселенная», а также широкую лексическую значимость, что свидетельствует о том, что говорящий коллектив не имеет точного представления о том, что обозначается словом «метавселенная».

Рассмотрим подробно лексические значения слов и словосочетаний, предложенных англоязычной аудитории для голосования:

- **Metaverse** – *A (hypothetical) virtual reality environment in which users interact with one another's avatars and their surroundings in an immersive way, sometimes posited as a potential extension of or replacement for the internet, World Wide Web, social media, etc.* [11] (Метавселенная – гипотетическая среда виртуальной реальности, в которой пользователи активно взаимодействуют с аватарами друг друга и их окружением, иногда позиционируемая как потенциальное расширение или замена Интернета, Всемирной паутины, социальных сетей и т.д. (перевод наш).

- **#IstandWith** – *used on social media to express solidarity with a specified cause, group, person, etc.* [11] (Я солидарен с... . Выражение солидарности с чем-либо или кем-либо (перевод наш).

- **Goblin Mode** – *slang. A type of behaviour which is unapologetically self-indulgent, lazy, slovenly, or greedy, typically in a way that rejects social norms or expectations; frequently in goblin mode or go goblin mode* [11] («Гоблинский тип поведения», который выражается непримиримым потаканием своим желаниям, лени, неряшливости или жадности. Как правило, отвергаются общепринятые социальные нормы (перевод наш).

Первое место заняло словосочетание **Goblin Mode**, второе – **Metaverse**, третье – **#IstandWith**. С учетом того, что проголосовало всего 340 тысяч англоговорящих, результаты такого выбора «слов года» кажутся сомнительными (на данный момент число англоговорящих по всему миру составляет около 400 миллионов). Следует отметить, что корпус проанализированных словоупотреблений на английском языке по всему миру составляет 19 миллиардов. Выделенные словосочетания были зафиксированы как наиболее употребительные по своей частотности в электронном общении. Однако мы допускаем, что устное общение могло содержать другие лексические единицы, которые были не менее значимы.

В 2022 г. слово «метавселенная» относится к корпорации Мета, владеющей основными социальными сетями и средствами общения между людьми. Всплеск употреблений этого словосочетания неудивителен в силу вполне конкретных событий – в октябре 2021 года компания М. Цукерберга объявила, что планирует ребрендинг, выражающий направленность к созданию метавселенной и сменила название на Meta Platforms.

Хэштэг #IstandWith является политически нагруженным, в основном, связан с интерпретацией событий, происходящих в мире. Полагаем, что его популярность связана с тем, что западное общество ориентировано на лицемерную защиту прав и свобод любой угнетаемой группы.

Что касается третьего словосочетания *goblin mode*, то дать какое-либо разумное объяснение его популярности не представляется возможным. Данное словосочетание употребляется в соцсетях узкой группой людей, принадлежащих субкультуре. Оно носит явно негативный оценочный характер, если исходить из традиционной культуры и общепринятых норм поведения. Объяснение, которое дается в статье «Гардиан» связано с постковидной реальностью, предполагающей отказ людей от общепринятых норм в пользу неряшливости, лени и времяпрепровождения в онлайн, лежа на кровати [8, 9]. У данного словосочетания есть одно единственное значение: (*in stories*) *a small ugly creature that likes to trick people or cause trouble* [11] (*в художественной литературе маленький безобразный гном, который обманывает людей*) (перевод наш). В связи с чем возникает вопрос: если даже не все англоговорящие слышали и видели это словосочетание (о чем свидетельствуют комментарии пользователей), как они могут обозначить им новую реальность? Не навязывают ли им с помощью этого словосочетания новые нормы? Не пытаются ли внедрить мысль о нормальности такого поведения?

Томас Хаксли отмечал, что каждая новая истина начинает свой путь как ересь и завершает как ортодоксия [6, с. 595]. В этом и видится опасность формирования ментальных моделей в обществе с помощью таких слов и словосочетаний. Они не просто вычлняются на фоне других слов, они начинают циркулировать в информационном пространстве и создавать общественное мнение, определенные установки и ценностные ориентиры.

Составление любых списков характерно для людей, а составление списков «слов года» стало уже традиционным, однако, полагаем, что результаты составления списка из слов года-2022 были бы иными, если бы англоязычные пользователи интернета выделили «слова года» самостоятельно, без заранее предложенных вариантов.

Мы считаем, что англоязычной аудитории предлагаются новые, ранее не знакомые ассоциации со словами с определенной целью, а именно – отказ от общепринятых социальных норм. Ассоциативное мышление предполагает устойчивые семантические связи между значениями слов (в норме), поэтому придуманные новые значения свидетельствуют о манипуляциях массовым сознанием.

Литература

1. Богатова С.М. Репрезентация понятийной составляющей концепта «метавселенная» в публицистическом жанре (на материале корпусных данных) // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2022. № 3. С. 55 – 70.
2. Буряковская В.А. Лингвокультурные характеристики «слова года» // Известия государственного педагогического университета. Серия: Филологические науки. 2017. № 3 (116). С. 101 – 105.
3. Гаврилова М.В. Критический дискурс – анализ в современной зарубежной лингвистике: монография. СПб.: Изд-во С.-Петербург. Ун-та. 2002. 42 с.
4. Ильин А.Н. Субъект в массовой культуре современного общества потребления (на материале китч-культуры): монография. Омск: Амфора, 2010. 375 с.
5. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
6. Лоренц К. Обратная сторона зеркала. Опыт естественной истории человеческого познания // Сб. трудов. Философский архив. Собрание переводов А.И. Фет. Швеция, 2016. С. 329 – 615.
7. Fairclough N.L. Critical discourse analysis // Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. London: Sage, 1997. Vol. 2. P. 258 – 284.
8. Knight L. ‘Goblin mode’: new Oxford word of the year speaks to the times. URL: <https://www.theguardian.com/science/2022/dec/05/goblin-mode-new-oxford-word-of-the-year> (дата обращения: 01.06.2023)
9. Knight L. Oxford word of the year to face its first public vote. URL: <https://www.theguardian.com/books/2022/nov/21/oxford-word-of-the-year-to-face-its-first-public-vote> (дата обращения: 01.06.2023)
10. Merriam-Webster Dictionary. Words of year 2022. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (дата обращения: 01.06.2023)

11. Oxford Dictionary. Words of year 2022. URL: <https://global.oup.com/> (дата обращения: 01.06.2023)
12. Van Dijk T.A. Discourse, Power and Access // Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis edited by Carmen Rosa Caldas-Coulthard and Malcolm Coulthard. London, England: Routledge, 1996. P. 84 – 104.

References

1. Bogatova S.M. Rerezentacija ponjatijnoj sostavljajushhej koncepta «metavselennaja» v publicisticheskom zhanre (na materiale korpusnyh dannyh). Aktual'nye problemy filologii i pedagogiche-skoj lingvistiki. 2022. № 3. S. 55 – 70.
2. Burjakovskaja V.A. Lingvokul'turnye karakteristiki «slova goda». Izvestija gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Serija: Filologicheskie nauki. 2017. № 3 (116). S. 101 – 105.
3. Gavrilova M.V. Kriticheskij diskurs – analiz v sovremennoj zarubezhnoj lingvistike: monografija. SPb.: Izd-vo S.-Peterb. Un-ta. 2002. 42 s.
4. Il'in A.N. Sub#ekt v massovoj kul'ture sovremennogo obshhestva potreblenija (na materiale kitchkul'tury): monografija. Omsk: Amfora, 2010. 375 s.
5. Karasik V.I. Jazykovoju krug: lichnost', koncepty, diskurs: monografija. Volgograd: Peremena, 2002. 477 s.
6. Lorenc K. Oborotnaja storona zerkala. Opyt estestvennoj istorii chelovecheskogo poznanija. Sb. trudov. Filosofskij arhiv. Sobranie perevodov A.I. Fet. Shvecija, 2016. S. 329 – 615.
7. Fairclough N.L. Critical discourse analysis. Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. London: Sage, 1997. Vol. 2. P. 258 – 284.
8. Knight L. 'Goblin mode': new Oxford word of the year speaks to the times. URL: <https://www.theguardian.com/science/2022/dec/05/goblin-mode-new-oxford-word-of-the-year> (data obrashhenija: 01.06.2023)
9. Knight L. Oxford word of the year to face its first public vote. URL: <https://www.theguardian.com/books/2022/nov/21/oxford-word-of-the-year-to-face-its-first-public-vote> (data obrashhenija: 01.06.2023)
10. Merriam-Webster Dictionary. Words of year 2022. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (data obrashhenija: 01.06.2023)
11. Oxford Dictionary. Words of year 2022. URL: <https://global.oup.com/> (data obrashhenija: 01.06.2023)
12. Van Dijk T.A. Discourse, Power and Access. Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis edited by Carmen Rosa Caldas-Coulthard and Malcolm Coulthard. London, England: Routledge, 1996. P. 84 – 104.

*Buryakovskaya V.A., Doctor of Philological Sciences (Advanced Doctor), Associate Professor,
Volgograd State Socio-Pedagogical University,
Kalendr A.A., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.),
Astrakhan State Tatishchev University*

**Axiological aspect of the linguocultural phenomenon "word of the year"
(based on the material of the English language)**

Abstract: this article is devoted to the axiological component of such a linguo-cultural phenomenon as the word of the year. The research material was English-language dictionaries and journalistic articles on this topic published in American and British newspapers. To achieve this goal, tasks have been set and solved, consisting in defining the concept of "value", conducting a discursive analysis of the word usage of "words of the year". The authors proceed from the postulate that the value picture of the world has its embodiment in language and is expressed in certain cultural dominants. The article analyzes word usage in the modern English-speaking media discourse and assesses the social and political background of the functioning of the studied lexical units in American and British speaking collectives. According to the results of the study, artificially selected "words of the year" appear as a tool for influencing mass consciousness, offering the perceiving audience unusual and previously unfamiliar associative connections, which nevertheless are able to catalyze the perception of these "words of the year" in the necessary direction.

The results of the research can be used in lectures and practical classes in lexicology, special courses in sociolinguistics and psycholinguistics.

Keywords: word of the year, media discourse, axiology, association, value picture of the world, journalistic article

For citation: Buryakovskaya V.A., Kalendr A.A. Axiological aspect of the linguocultural phenomenon "word of the year" (based on the material of the English language). *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 66 – 70.

Received: July 23, 2023; Revised: August 13, 2023; Accepted: September 5, 2023.

Дементьева А.М., кандидат филологических наук,
Московский государственный лингвистический университет

О грамматических способах выражения категории определенности – неопределенности в современном финском языке

Аннотация: финский относится к безартиклевому языку, поэтому категория определенности – неопределенности может быть выражена в нем разнообразными фонетическими, лексическими, грамматическими и синтаксическими способами. Поскольку их существует достаточно много, в предлагаемой статье рассматриваются только грамматико-синтаксические способы выражения категории определенности – неопределенности, а именно: падежи, порядок слов, число сказуемого и наклонение потенциал. В заключении мы приходим к выводу о том, что четыре падежа субъекта и объекта (номинатив, партитив, генитив и аккумулятив), часто в сочетании с порядком слов, являются основным способом выражения рассматриваемой категории. При этом важно, что определенность или неопределенность всегда выражается одновременно с другими грамматическими значениями, которые свойственны этим падежам. Этот вывод касается и других грамматических способов выражения данной категории. Например, употребление множественного числа сказуемого в конструкциях с числительными в роли подлежащих указывает, помимо определенности, на ограниченность, конечное количество референтов. Формы глагольного наклонения потенциала, помимо неопределенности, выражают семантику сомнения, неточности, неуверенности говорящего. Примеры в статье являются аутентичными и анализируются на материале современного литературного финского языка.

Ключевые слова: финский язык, финно-угорские языки, категория определенности – неопределенности, падеж, партитив, порядок слов

Для цитирования: Дементьева А.М. О грамматических способах выражения категории определенности – неопределенности в современном финском языке // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 71 – 76.

Поступила в редакцию: 20 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 13 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Категория определенности – неопределенности принадлежит к категориям семантики высказывания. Ее назначение – актуализировать и определять имя, указывать на его уникальность в описываемой ситуации или выражать его отношение к классу подобных этому имени феноменов [1].

На материале артиклевых языков категория определенности – неопределенности (КОН) хорошо изучена. Однако применительно к безартиклевому языку, в том числе к финскому, данная категория изучена не так подробно. Вместе с тем категория является универсальной и может быть выражена целым спектром средств, которые варьируются от языка к языку. Цель данной статьи – обозначить такие средства в финском языке на современном материале.

Трудность исследования данной категории заключается в том, что при отсутствии специального грамматического показателя (артикля) ее выразителями становятся другие элементы языка – фонетические, лексические, грамматические и синтаксические. Если рассматривать одновременно все средства, их классификация становится расплывчатой и – в рамках научной статьи – недостаточно глубокой. Поэтому нами рассмотрены исключительно грамматико-синтаксические способы выражения КОН в письменном языке. Фонетические способы, такие как фразовое ударение, лексические способы вроде местоимений и числительных исключены из настоящего анализа, хотя они, безусловно, функционируют в финском языке как средства выражения рассматриваемой категории.

Важно также отметить, что в финляндской лингвистике некоторое время велась дискуссия о том, есть ли в финском языке артикль. В частности, по мнению лингвиста Р. Лаури, указательное местоимение *se* «этот» в устной речи становится грамматическим элементом, близким к определенному артиклю [7]. М. Ларьяваара, напротив, полагает, что это местоимение, хотя и проявляет некоторые признаки артикля, все же считаться артиклем не может, поскольку не является обязательным и может заменяться синонимами [4]. Все-таки точка зрения Р. Лаури и его сторонников не закрепились в финской лингвистике, поэтому в настоящей статье *se* как элемент финской грамматической системы рассматриваться не будет.

Ниже представлены различные способы выражения КОН. Они проиллюстрированы оригинальными примерами из финских газет, современной литературы и научных публикаций.

1. Падежи.

В выражении категории определенности и неопределенности участвуют четыре грамматических падежа: номинатив, партитив, генитив и аккузатив как самостоятельно, так и противопоставленные друг другу.

Номинатив является исходной падежной формой и падежом субъекта.

Аккузатив является падежом объекта, однако выступает только с личными местоимением и вопросительным словом *kuka* «кто».

Генитив финском языке выражает как обладание, так и прямое дополнение.

При описании конструкций долженствования, пассивных предложений и некоторых других конструкций без подлежащего употребляется также термин «генитив без окончания» применительно к прямому дополнению, хотя оно по своей форме является номинативным.

Партитив же является одним из самых сложных по семантике в финской падежной системе. Спектр его употребления весьма широк – им выражается прямое дополнение в отрицательном предложении, неисчисляемые и абстрактные подлежащие, незавершенность действия и другие значения [5]. Падежу свойственна семантика неопределенности, и по этому причине он является ярким средством выражения КОН. К типичным случаям выражения неопределенности относятся фразы типа *Onko sinulla lemmikkiä?* – «Есть ли у тебя домашнее животное?», где в партитиве находится существительное *lemmikki* «домашний любимец». С точки зрения классической грамматики, употребление партитива в предложении не обосновано, т.к. представленное предложение утвердительное, а существительное является исчисляемым. Однако партитив в данном случае выражает то, что ответ на вопрос может быть любым. Неопределенность значения падежа можно подчеркнуть на русском языке, добавив местоимение «какой-нибудь»: «Есть ли у тебя какое-нибудь домашнее животное?».

В то время как партитив выражает неопределенность, падеж номинатив является его семантической противоположностью. Предложения с партитивом и номинативом в позиции подлежащего и прямого дополнения наглядно демонстрируют, как эти падежи передают определенность и неопределенность. Рассмотрим две пары примеров.

А. *Hiiriä vipelsi joka paikassa.* – *Jokainen on joskus nähnyt hiiriä.* (примеры по [3])

«Мыши шныряли повсюду». – «Каждый хоть раз видел мышей».

Б. *Hiiret vipelsivät joka paikassa.* – *Jokainen on joskus nähnyt hiiret.*

«Мыши шныряли повсюду» – «Каждый хоть раз видел мышей».

Как видно, оба предложения переводятся на русский язык одинаково. Однако в финском языке слово *hiiri* «мышь» находится в примерах А в партитиве множественного числа (*hiiriä*) как в роли подлежащего, так и прямого дополнения. В примерах Б подлежащее и прямое дополнение находятся в номинативе множественного числа (*hiiret*).

Семантическая разница между предложениями заключается в том, что в примерах А говорится о неких неконкретных мышях, о факте наличия в каком-то помещении мышей в принципе. В примерах Б, напротив, номинатив множественного числа указывает на определенную, известную участникам коммуникации группу мышей (возможно, уже давно досаждавших обитателям дома). Как видно из этих примеров, с помощью противопоставления номинатива и партитива можно передать определенность и неопределенность субъекта и объекта.

Оппозиция номинатива и партитива множественного числа как выразителей КОН проявляется и в предложениях с составным именным сказуемым. Как и в других типах предложений, номинатив выражает определенность и закрытое множество, в то время как партитив выражает неопределенность и принадлежность к открытому классу референтов. Рассмотрим пару примеров:

А. *Tiesitkö? Kaikkien ihmisten silmät ovat ruskeat – vaikka ne näyttäisivätkin sinisiltä.* (источник: *mtvuutiset.fi*)

«Знаешь ли ты? Глаза всех людей карие – даже если они кажутся голубыми».

Б. *Miksi jotkut kananmunat ovat ruskeita ja toiset valkoisia?* (источник: *Iltalehti*)

«Почему некоторые яйца коричневые, а некоторые белые?»

В примере А в составном именном сказуемом прилагательное *ruskea* «коричневый» используется в номинативе множественного числа, так как речь идет о всех глазах всех людей планеты, то есть о закрытой и определенной общности. В примере Б в составном именном сказуемом *ruskea* находится в партитиве множественного числа, т.к. речь идет о неопределенной части куриных яиц.

Интересно то, что эту особенность, упоминаемую во всех учебниках финского языка, можно назвать скорее тенденцией, нежели правилом. Выбор между партитивом и номинативом иногда зависит от субъективного толкования говорящего. Мы встречаем употребление и номинатива, и партитива множественного числа в аналогичных конструкциях, описывающих одну и ту же конкретную ситуацию:

А. *Kimin kaksi edellistä raskautta olivat vaikeat.* (источник: *Seiska*)

«Две предыдущие беременности Ким были сложными».

Б. *Kimin molemmat raskaudet olivat vaikeita: hän sairasteli odotuksen aikana ja synnytyksessä istukka ei irronnut itsestään.* (источник: *Iltalehti*)

«Обе беременности Ким были сложными: она болела во время беременности, и при родах плацента не отделялась самостоятельно».

Как видно, это один и тоже контекст, более того, ситуация описывается лексически и грамматически практически идентично. Однако в примере А использован номинатив множественного числа, то есть речь идет о закрытом определенном множестве (у женщины не было других беременностей), а в примере Б с партитивом скорее описывается открытое неопределенное множество (существуют много других женщин, чья беременность проходила с осложнениями).

Помимо партитива, в финском языке имеется еще один падеж прямого дополнения – генитив. При сопоставлении идентичных предложений, где различается лишь падежная форма прямого дополнения, становится ясно, что партитив в таких предложениях снова выражает неопределенность, а генитив – определенность:

А. *Mies pudotti katolta lunta.* (примеры по [3])

Мужчина сбросил с крыши снег.

Б. *Mies pudotti katolta lumen.*

Мужчина сбросил с крыши снег.

В предложении А с партитивным объектом был сброшен какой-то снег в неизвестном количестве, а в предложении Б с генитивным объектом был сброшен весь снег, о котором, возможно, уже упоминалось ранее. Примеры показывают, что семантика определенности/неопределенности тесно связана с семантикой ограниченного/неограниченного количества и части/целого. Для выражения всех этих значений используются одни и те же падежи.

Существует и еще одна группа случаев противопоставления падежей субъекта и объекта. Она касается конструкции долженствования, которая в финском выражается с помощью субъекта в генитиве, несессивного глагола и объекта либо в партитиве, либо в т.н. «генитиве без окончания», который фактически совпадает с номинативом. Категория определенности – неопределенности реализуется в таких предложениях следующим образом. Если речь идет о чем-то определенном, его денотат помещается в генитив, в то время как неопределенность выражается партитивом или генитивом без окончания. На это указывал еще Л. Хакулинен [2], и эта особенность есть и в современном языке.

Рассмотрим на парах примеров:

А. *Sen piti olla helppo operaatio, vain pieni toimenpide.* (источник: *Seiska*)

«Это должна была быть простая операция, просто маленькая процедура».

Б. *...miksi mun vatsa on aukaistu, vaikka operatio piti olla vain tähytys.* (источник: *Seiska*)

«...почему мой живот резали, хотя операция должна была быть эндоскопической».

Как в первом, так и во втором случае используется глагол долженствования *pitää*, однако *operaatio* в примере А находится в генитиве без окончания, т.е. выступает как объект, а в примере Б – в генитиве, т.е. выступает как субъект действия. Тем самым закладывается разница в значениях: в примере А это еще неизвестная, неконкретная, одна операция. В то же время в примере Б речь идет об уже известной участникам коммуникации операции.

Аналогичный смысл вкладывается в следующие два предложения.

А. *Kiertue piti olla jo pari vuotta sitten, kun Ilkka täytti 60 vuotta, mutta korona sotki kuviot.* (источник: *Seiska*)

«Тур должен состояться еще пару лет назад, когда Илкке исполнилось 60 лет, но коронавирус перепутал все планы».

Б. *Janin mukaan kiertueen piti alkaa jo viime vuonna.* (источник: *Seiska*)

«По словам Яни, тур должен был начаться еще в прошлом году».

Также, как и в примерах выше, можно наблюдать, что выраженный генитивом без окончания объект (*kiertue*) является неопределенным, еще неизвестным, в то время как субъект в генитиве (*kiertueen*) подразумевает уже известный говорящим референт.

Аналогичную картину можно наблюдать во всех других конструкциях финского языка, где субъект либо отсутствует, либо становится в генитив, а объект либо остается в партитиве, либо теряет генитивное окончание – это пассивный залог, повелительное наклонение, эквиваленты изъяснительных предложений и другие грамматические конструкции.

Таким образом, проанализированные падежи принимают на себя много значений, и одновременно с КОН они выражают и другую семантику.

2. Порядок слов.

На уровне высказывания КОН тесно связана с тема-рематическим членением предложения. Самым простым примером такого рода является пара следующих предложений:

Tuvassa oli ukko. (примеры по [4]).

«В избе был старик».

Ukko oli tuvassa.

«Старик был в избе».

Как и в русском языке, новая информация в финском помещается, как правило, в конец предложения. Таким образом, в первом случае с помощью постановки подлежащего *ukko* «старик» в конец предложения выражается неопределенность, во втором случае, когда подлежащее находится в абсолютном начале предложения, оно является неопределенным.

Более усложненным случаем являются так называемые экзистенциальные предложения, где порядок слов как средство выражения КОН дополнен различными падежными формами.

А. *Puuhun tuli omenia.* (примеры по [3]).

«На дереве появились яблоки».

Б. *Omenat putosivat puusta.*

«Яблоки упали с дерева».

В примере А подлежащее выражено партитивом и находится в конце предложения: эти два способа выражают семантику неопределенности (неизвестное количество яблок, которых не было раньше). В примере Б подлежащее выражено номинативом множественного числа и находится в абсолютном начале предложения. Так выражается семантика определенности (референт известен участникам коммуникации).

Помимо этого, способом выражения КОН можно считать отклонения от свойственному финскому порядку слов SVO. Мы можем наблюдать это в таких примерах, как:

Katia vihasin, koska Kati oli rohkea ja upea ja tuli kaikkien kanssa toimeen (источник: *T. Rantanen. Suurin piirtein*)

«Кати я ненавидела, потому что Кати была храброй, замечательной и ладила со всеми».

В данном случае на первое место выносится прямое дополнение, что, помимо эмфатической функции, выражает определенность референта.

3. Число глагола.

Интересным способом выражения КОН является число глагола. Как правило, если в составе подлежащего находится числительное или счетное слово, сказуемое используется в единственном числе, например:

Viisi lasta kertoi nähneensä hänet Bläkullassa. (источник: *M. Lappalainen. Pohjolan noidat*)

«Пятеро детей сообщили (букв. сообщил), что видели ее на горе Блокулла».

Однако если в качестве определения к подлежащему в предложении находится указательное или другое местоимение или существительное в генитиве, глагол становится во множественное число:

Siinä nämä kaksi ylhäistä todistivat, että Lusi oli liian raihmainen sotapalvelukseen. (источник: *M. Lappalainen. Pohjolan noidat*)

«В нем два благородных человека свидетельствовали, что Луси был слишком дряхлым для воинской службы».

В этом случае подлежащее можно рассматривать как определенное, и выражается это не только местоимением *nämä* «эти», но и множественным числом глагола (*todistavat*).

Глагол также становится во множественное число в случае, если вместе с подлежащим употребляется определение, выраженное прилагательным в превосходной степени, например:

Suomen kielen kolme kauneinta sanaa ovat cha, cha ja cha... (источник: *Iltasanomat*)

«Три самых красивых слова финского языка – это ча, ча и ча...»

В данном случае глагол *olla* «быть, являться» находится во множественном числе презенса, а прилагательное *kaunis* «красивый» – в форме суперлатива.

Таким образом, в сочетании с местоимением, определением в генитиве или в превосходной степени множественное число глагольной формы может выражать определенность. Вместе с тем такая конструкция имеет также ограничительное значение.

4. Потенциал.

Потенциал является одним из четырех глагольных наклонений в финском языке. Глаголы в этом наклонении имеют суффикс *-ne*. С помощью потенциала выражается семантика неуверенности, неточности, сомнения:

Markku Saukko lienee Suomen tunnetuin kaivinkoneenkuljettaja. (источник: *Italehti*)
«Маркку Саукко, пожалуй, самый известный оператор экскаватора в Финляндии».

С помощью потенциала может быть выражена неопределенность подлежащего:

Mitä kuvassa siis tapahtuu? Se lienee salaisuus... (источник: *Seiska*)

«Что же происходит на фото? Это, кажется, секрет...»

Потенциал, однако, является значительно менее распространенным средством выражения КОН. По данным финских лингвистов, это склонение в принципе употребляется в финском языке редко, а западных диалектах языка даже практически отсутствует [6].

В заключение отметим, что большинство способов выражения категории определенности – неопределенности приходится на падежную систему финского языка, а именно на номинатив, партитив, генитив и аккузатив. При этом, как показывает материал, семантика определенности или неопределенности тесно связана с другими значениями падежей, такими как известное или неизвестное количество, ограниченное или неограниченное множество, завершенное или незавершенное действие. Порядок слов также играет важную роль, указывая на тип предложения. Остальные способы являются вспомогательными, и они также имеют одно или несколько других значений (например, ограничительности). Анализ позволяет сделать вывод о том, что основной грамматический способ выражения КОН в финском языке – это падежи субъекта и объекта в сочетании с порядком слов.

Литература

1. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Сов. энцикл., 1990. 682 с.
2. Хакулинен Л. Развитие и структура финского языка. М.: Изд-во иностранной литературы, 1955. ч. 2. 292 с.
3. Hakulinen A., Vilkkuna M., Korhonen R., Koivisto V., Heinonen T.R., Alho I. Iso suomen kielioppi. Helsinki: SKS, 2008. URL: <http://scripta.kotus.fi/visk>
4. Larjavaara M. Määräinen artikkeli – suomessa? // Kielikello. 2001. URL: <https://www.kielikello.fi/-/maarainen-artikkeli-suomessa->
5. Larjavaara M. Partitiivin valinta. Helsinki: SKS, 2019. 500 s.
6. Maamies S. Ottanette huomioon potentiaalin // Kielikello. 2016. URL: <https://www.kielikello.fi/-/ottanette-huomioon-potentiaalin>
7. Laury, Ritva 1996: Sen kategoriasta – onko suomessa jo artikkeli? // Virittäjä, № 100. P. 162 – 181.

References

1. Lingvisticheskij jenciklopedicheskij slovar'. Gl. red. V.N. Jarceva. M.: Sov. jencikl., 1990. 682 s.
2. Hakulinen L. Razvitie i struktura finskogo jazyka. M.: Izd-vo inostrannoj literatury, 1955. ch. 2. 292 s.
3. Hakulinen A., Vilkkuna M., Korhonen R., Koivisto V., Heinonen T.R., Alho I. Iso suomen kielioppi. Helsinki: SKS, 2008. URL: <http://scripta.kotus.fi/visk>
4. Larjavaara M. Määräinen artikkeli – suomessa? Kielikello. 2001. URL: <https://www.kielikello.fi/-/maarainen-artikkeli-suomessa->
5. Larjavaara M. Partitiivin valinta. Helsinki: SKS, 2019. 500 s.
6. Maamies S. Ottanette huomioon potentiaalin. Kielikello. 2016. URL: <https://www.kielikello.fi/-/ottanette-huomioon-potentiaalin>
7. Laury, Ritva 1996: Sen kategoriasta – onko suomessa jo artikkeli? Virittäjä, № 100. P. 162 – 181.

*Dementyeva A.M., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.),
Moscow State Linguistic University*

**Some grammatical ways to express the category of definiteness
and indefiniteness in the modern Finnish language**

Abstract: Finnish belongs to non-articular languages, so the category of definiteness / indefiniteness can be expressed in a variety of phonetic, lexical, grammatical and syntactic ways. Since there are quite a lot of them, this article considers only grammatical and syntactic ways of expressing the category of definiteness/indefiniteness, which includes cases, word order, predicate number and grammatical mood Potential. In conclusion, the four cases of the subject and object (the nominative, partitive, genitive and accusative cases), often in combination with the word order, are the main way of expressing the category in question. At the same time, it is important that definiteness and indefiniteness are always expressed simultaneously with other semantics that are characteristic of these cases. This conclusion also applies to other grammatical ways of expressing this category. For example, the use of the plural predicate in constructions with numerals as subjects indicates, in addition to certainty, a limited, finite number of referents. The forms of the verbal mood of potential, in addition to indefiniteness, express the semantics of doubt, inaccuracy, and uncertainty of the speaker. The examples in this article are authentic and analyzed on the material of the modern literary Finnish language.

Keywords: The Finnish language, Finno-Ugric languages, category of definiteness / indefiniteness, case, the partitive case, word order

For citation: Dementyeva A.M. Some grammatical ways to express the category of definiteness and indefiniteness in the modern finnish language. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 71 – 76.

Received: July 20, 2023; Revised: August 13, 2023; Accepted: September 5, 2023.

Комарова Е.Ю., кандидат психологических наук,
Нелюбина Е.А., старший преподаватель,
Пензенский государственный технологический университет,
Мягкова В.Ю., старший преподаватель,
Пензенский государственный университет

Оценочная лексика в политическом дискурсе на примере англоязычных медиатекстов

Аннотация: в статье рассматривается специфика выражения оценки в англоязычном политическом дискурсе на примере текстов массовой коммуникации. Актуальность изучения политической лексики подтверждается объемом пополнения новых слов авторитетными англоязычными словарями в 2022 году. Кроме того, лингвистов интересует специфика использования лексических средств медийных ресурсов для воздействия на общественное сознание. Особое внимание вызывает формирование отрицательного образа России средствами категории оценки английского языка. В данной связи в качестве материала исследования была выбрана оценочная лексика популярного политика, конгресссман Тулси Габбард и авторитетных англоязычных СМИ. Были проанализированы способы выражения оценки на английском языке. Подробно рассмотрены примеры эксплицитной и имплицитной оценочности в политическом дискурсе. Представлены анализ и примеры оценочной лексики обсуждаемой персоны и комментарии англоязычных СМИ. Методы исследования включали анализ теоретической литературы, стилистики, семантики, контекста и его компонентов, сравнительно-сопоставительный метод, метод словарных дефиниций, дескриптивный метод.

Результаты исследования могут найти применение в чтении лекций и проведении практических занятий по стилистике английского языка, теории и практике перевода, а также на практических занятиях по английскому языку.

Ключевые слова: политический дискурс, англоязычные СМИ, категория оценки, эксплицитные и имплицитные способы оценки

Для цитирования: Комарова Е.Ю., Нелюбина Е.А., Мягкова В.Ю. Оценочная лексика в политическом дискурсе на примере англоязычных медиатекстов // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 77 – 82.

Поступила в редакцию: 24 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 13 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

В современных исследованиях по языкознанию большое внимание уделяется анализу медиатекстов (текстов массовой коммуникации [6]), отражающих политическую ситуацию в мире. Только за 2022 год в авторитетных англоязычных словарях (*Macmillan, Collins, Oxford, Merriam Webster*) 45% зафиксированных неологизмов были отнесены к общественно-экономической сфере. Данная тенденция обусловлена рядом социально-значимых событий, например, снятием антиковидных ограничений, скандалами в британской королевской семье, локальными военными конфликтами по всему миру, экономическими санкциями в отношении Российской Федерации, ростом стоимости жизни, переходом к «зеленой» экономике и т.д. Благодаря данным явлениям и специфике текстов в сфере массовой коммуникации англоязычные словари обогатились такими терминами, как *Carolean era, greenflation, partygate, permacrisis* и *unretirement* [10].

В процессе анализа актуального политического дискурса медиатекстов особый интерес для лингвистов представляет оценочная лексика, поскольку оценка закрепляется в семантике конкретного языка. Другими словами, оценочная лексика является социально осмысленной и обуславливается не только собственными представлениями о плохом и хорошем, а также мнением окружающего языкового социума [8].

К сожалению, за последние годы политический дискурс во многих англоязычных медиатекстах посвящён формированию отрицательного образа и деятельности Российской Федерации [20]. В них часто встречаются такие универсальные отрицательные концепты как «*aggression*» (*Russian aggression / Kremlin aggression / aggressive position*), «*war*» (*ideological / economical / Cold war.*) «*attack*» (*cyber / GRU / military attacks*), «*repression*», «*dictatorship*» и т.д. [12]. Направленная на реализацию агитационных и пропагандистских функций, оценочная лексика политического дискурса способствует формированию образа РФ как агрессивной, враждебной, тоталитарной страны с недемократическими устоями, опасными условиями для проживания и недружелюбными гражданами, а также отображению этнических стереотипов и поверхностных представлений о русской культуре [11].

Однако, несмотря на давление политических кругов и «непопулярное» в настоящий момент мнение о

России, ряд известных и заслуживших уважение во всем мире иностранных деятелей политики, науки, искусства и спорта выступают с позитивной риторикой в отношении русской культуры и российского государства (журналист Такер Карлсон, актёр Стивен Сигал, режиссер Оливер Стоун, музыкант Роджер Уотерс, спортсмен Джефф Монсон, бывший военный Дуглас Макгрегор и другие). В данной связи мы изучили англоязычные публикации за период 2022-2023 годов, связанные с высказываниями известных медийных личностей. В процессе исследования наше внимание привлекли высказывания экс-кандидата в президенты США, конгрессвумен Тулси Габбард, поэтому мы проанализировали её персональную оценочную лексику, а также оценку данных высказываний на основе общедоступных в сети Интернет англоязычных медиатекстов.

В первую очередь необходимо подчеркнуть, что исследование материала англоязычных медийных ресурсов не случайно, поскольку в настоящее время они оказывают значительное влияние на мировоззрение, формируют общественное мнение и отражают вектор международных отношений. Другими словами, предоставляя ту или иную информацию, СМИ воздействуют на массы людей и управляют общественным сознанием [14]. Однако манипулируя мнением, они не только планируют определенную реакцию адресатов, но даже сознательно искажают подаваемую информацию. Используя разнообразные функции языка, СМИ формируют оценку тех или иных событий, осуждая людей, публично выступивших в поддержку русской культуры или СВО [4].

Например, в феврале 2022 года в своем интервью газете «*The New York Post*» конгрессвумен Тулси Габбард говорила о том, что многие годы (*many years*) США провоцируют Путина (*provoked Putin*), проводя опыты со смертоносными патогенами (*deadly pathogens*) в опасных биологических лабораториях (*dangerous biolabs*) на территории Украины. Несмотря на то, что Путин годами (*for years*) выражал обеспокоенность по поводу безопасности (*security concerns*) государственных границ, американские власти окружили Россию со всех сторон (*surrounding Russia on all sides*), пренебрегая (*failed*) заботой о своем народе [3].

В своей речи Тулси Габбард использует эксплицитные лексические средства отрицания (зафиксированные в словарном значении слова или морфемы [13]): глаголы *provoke* (провоцировать, раздражать, сердить), *surround* (окружать, обступить) и *fail* (провалить, терпеть неудачу), а также прилагательные *deadly* (смертоносный, убийственный) и *dangerous* (опасный, угрожающий). Эти слова не имеют соответствующих положительных форм, поэтому с их помощью выражается обеспокоенность, переживание, осуждение текущей ситуации. Кроме того, в своем высказывании конгрессвумен использует такой стилистический приём, характерный для политического дискурса, как повтор (*many years, for years*). Он привлекает внимание к её речи, придавая большую выразительность, углубляя воздействие на слушателей и убеждая их в опасности и угрожающем поведении со стороны США [18].

Несмотря на то, что Тулси Габбард призывает власти своей страны к мирной дипломатии, после ряда интервью, выступлений и программ с осуждением политики США в отношении России англоязычные СМИ записали её в предателя национальных интересов [5]:

✓ «... *American agents of misinformation*...» – «... американские агенты, распространяющие дезинформацию ...». Отрицательный аффикс относится к лексическим средствам выражения негативной оценки, поэтому слово *misinformation* означает ложную информацию, распространяемую с умышленной целью заблуждения.

✓ «... *Gabbard sent out this decidedly pro-Russia tweet*» – «Габбард опубликовала бесспорно пророссийский твит». В данном случае наречие *decidedly* (явно, определенно, категорически) сообщает об отсутствии сомнений у комментаторов относительно позиции конгрессвумен, а префикс *pro-* имеет два смысловых оттенка, выражающих продвижение и поддержку, обозначение своей позиции как разделяющей определенные взгляды, убеждения – в данном случае враждебного государства.

✓ «... *what Gabbard's real motives are toward Russia and more generally in American foreign policy and politics?*» – «... каковы истинные мотивы Габбард по отношению к России и в целом к американской внешней политике?». Риторические вопросы в политическом дискурсе содержат иллюзию сомнения, поэтому данное высказывание наделено эмоциональным выражением недоверия к поступкам конгрессвумен (*real* – истинный, подлинный, неподдельный) и беспокойством об отношении к американской политике, выраженной сравнительной формой наречия (*more generally*) и придающей эмоциональную интенсивность признаку.

✓ «*What, Exactly, Is Tulsi Gabbard Up To?*» – «Что именно задумала Тулси Габбард?». Наречие *exactly* используется для указания на полное соответствие какому-либо стандарту, требованию или описанию и для подчеркивания точности или конкретности высказываний. Однако его использование в вопросительных предложениях отражает сильную тревожность от неведения, которую эмоционально усугубляет идиома *to be up to* с отрицательной иллюзией недоброго замысла, намерения [17].

«*It's not clear what Gabbard's end game is here.*» – «Не понятно, какую цель Габбард преследует в данном вопросе». Выражение отрицательной оценки с помощью частицы *not* способствует усилению экспрессивности негативно-оценочного высказывания, поэтому стоящее после него прилагательное *clear* (однозначный, явный, чистый) отражает подозрение в искренности, добропорядочности и неподкупности обсуждаемой личности.

Однако выражение сомнений в честности, порядочности, патриотизме Тулси Габбард, недоверия ей как представителю политических сил и тревожности от обнаружения предателя государства не окончательно формирует мнение общественности относительно обсуждаемой персоны, оставляя возможность поразмыслить и поискать аргументы в опровержении медийных утверждений [2]. В данной связи англоязычные СМИ активно используют такие языковые средства для выражения оценки, как сарказм, сравнение, эффе-мизм, метафору [7] и т.д., чтобы высмеять поступки и высказывания конгрессвумен, поставить вопрос об её адекватности в понимании реального положения дел, обесценить её личность и унижить как профессионального политика [5]:

▪ «*She's the favorite of the Russians*» – «Она фаворит русских». Эта фраза на первый взгляд кажется совершенно безобидной, поскольку существительное «*favorite*» относится к нейтральной оценочной лексике. Однако имплицитные компоненты семантики данной языковой единицы, также имеющей в словаре значения «любимец, любимая вещь», передают итерацию пренебрежения, насмехания над положением обсуждаемой персоны.

▪ «*Gabbard is (or was) some sort of Russian plant*» – «Как-будто Габбард является (или являлась) каким-то русским заводом». В данном случае подразумевается высокая политическая активность, связанная с большим объемом выступлений конгрессвумен в вопросах мирного разрешения международных вопросов. Имплицитная негативная оценочность действий Габбард поддается речевым окружением – сравнением с русским заводом и использованием фразы *some sort of*, выражающей некоторую долю неуверенности и неопределенности автора слов в возможности сравнения человека с русским заводом. Кроме того, повторение глаголов в настоящем и прошлом временах связано с намерением автора зародить сомнение во всей предыдущей политической активности конгрессвумен.

▪ «*... makes what she has been saying and doing of late all the more odd*» – «... делает еще более странным то, что она говорила и делала в последнее время». Прилагательное *odd*, характеризующее поведение Тулси Габбард, обладает значением «странный, чудаковатый, отклоняющийся от обычных представлений о нормальном и естественном» [16]. Соответственно имплицитная коннотация фразы содержит сомнения в адекватности и психической стабильности обсуждаемой персоны, что подтверждается в дальнейшем контексте «*... her recent decisions make very little sense...*» – «в ее недавних решениях очень мало смысла». Причем отрицательная ирритация прилагательного *little* (маленький, малый) в соседстве с нейтральным существительным *sense* (рассудок, здравый смысл) акцентирована и эмоционально усилена наречием *very* (сильно, чрезвычайно, крайне).

▪ «*...there's very little chance of an electoral future in the state for a candidate who positions herself as Gabbard has*» – «... у кандидата, который позиционирует себя подобно Габбард, очень мало шансов на электоральное будущее в штате». В данном сообщении содержится эмоционально усиленное наречием *very* предупреждение *little chance* (маловероятно, мало шансов) о возможных профессиональных последствиях *electoral future / state / candidate* для конгрессвумен, если она не отступит от «неправильной» позиции (*position herself as*).

▪ «*Maybe she's angling for a Fox News gig*» – «Возможно, она стремится развлекать публику *Fox News*». Удивительно, но даже в авторитетных медиаизданиях в пропагандистских целях автору допустимо оскорблять обсуждаемую персону. Другими словами, это не просто сарказм, отраженный в наречии *maybe*, которое в данном контексте возможно перевести как «авось», не предсказывающее успешный результат. Нейтральный глагол *angle* в данном семантическом поле переводится как «добиваться чего-либо нечестными путями, интригами» [15], что в позиции со сленговым существительным *gig* (выступление, концерт, работа в сфере развлечений), унижает Тулси Габбард как успешного политика и конгрессвумен.

▪ «*... alt-right internet stars...*» - «... альтрайты (альтернативные правые) звёзды Интернета ...». Само осуждение содержится в упоминании *alternative right* – западных неформальных активистов, отрицающих политкорректность современной Америки и открыто поддерживающих расизм, антисемитизм и патриархат, выступающих против феминизма и мигрантов [1]. Очевидно, что поставить имя современного американского политика Тулси Габбард в конце статьи рядом со сторонниками данного течения означает попытку эмоционально сделать вывод из упомянутых в статье фактах и закрепить формируемый отрицательный образ конгрессвумен.

В процессе анализа персональной оценочной лексики Тулси Габбард было выявлено, что она чаще использует эксплицитные лексические средства, которые явно выражают собственную семантику. В её речи присутствуют существительные, наречия, прилагательные и глаголы, аксиологическое значение которых закреплено в их семантической структуре и объективировано в словарных статьях [9]. Следовательно, в большей степени она открыто использует оценочно-маркированные компоненты слов (отрицательные аффиксы и префиксы) и слова (универсальные оценочные значения, частицу *not*), которые, опираясь на закреплённую в сознании целевой аудитории систему ценностей, однозначно воспринимаются её адресатами.

Однако, что касается англоязычных медиатекстов, то в них чаще встречается имплицитная оценочность, что обусловлено стремлением неявно формировать общественное мнение в определенном векторе, оказывать влияние на мировоззрение и манипулировать им в собственных целях. Имплицитная информация проанализированных медиатекстов, как правило, не выражается оценочной языковой единицей, а предполагается лексическим окружением, подводит к необходимой интерпретации семантического материала. Помимо непосредственного контекста авторами медиатекстов используется креативный арсенал словообразовательных средств, своеобразная игра – сарказм, сравнения, эвфемизмы, метафоры и т.д. С одной стороны, данные средства создают дополнительные сложности в декодировании заложенного смысла, поскольку от реципиента в некоторых случаях требуется определенная коммуникативная и культурная компетенция. С другой стороны, позволяют создателям медиатекстов не нарушить правоотношения с читателями и упоминаемыми личностями, а яркие, эмоционально-оценочные коннотации зачастую усыпляют их бдительность и приводят к желаемым результатам.

Таким образом, анализ оценочной лексики в англоязычных медиатекстах предоставляет огромный материал для исследователей разных научных направлений в языкознании, истории, политологии, социологии, психологии и т.д. В то же самое время, как утверждают Л.С. Чикилёва и Е. Ю. Алёшина, «изучение политической коммуникации конфликтов способствует анализу многообразных политических процессов, происходящих в мире» [19, с. 56]. Наконец, критический анализ оценочной лексики в современных медийных публикациях позволяет совершенствовать собственную коммуникативную и культурные компетенции.

Литература

1. Alt-Right – Неолурк, народный Lurkmore [Электронный ресурс]. URL: <https://neolurk.org/wiki/Alt-Right> (дата обращения 03.08.2023)
2. American agents of misinformation: Tulsi Gabbard, Russian propaganda and article 88 – New Eastern Europe [Электронный ресурс]. URL: <https://neweasterneurope.eu/2022/10/12/american-agents-of-misinformation-tulsi-gabbard-russian-propaganda-and-article-88/> (дата обращения 03.08.2023)
3. Former Democratic Congresswoman Tulsi Gabbard calls for Biden to meet with Putin [Электронный ресурс]. URL: <https://nypost.com/2022/02/26/former-democratic-congresswoman-tulsi-gabbard-calls-for-biden-to-meet-with-putin/> (дата обращения 03.08.2023)
4. Tulsi Gabbard, Rand Paul Placed on List of Russian Propagandists by Ukraine [Электронный ресурс]. URL: <https://www.newsweek.com/tulsi-gabbard-rand-paul-placed-list-russian-propagandists-ukraine-1727831> (дата обращения 03.08.2023)
5. What is Tulsi Gabbard actually doing on Russia? / CNN Politics [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cnn.com/2022/03/01/politics/tulsi-gabbard-cpac-ukraine-russia> (дата обращения 03.08.2023).
6. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. Москва: "КДУ", "Добросвет", 2020. 178 с.
7. Жарина О.А., Борисенко В.А., Самофалова М.В. Лексические способы реализации имплицитной оценки в англоязычных СМИ // Альманах современной науки и образования. 2015. № 11(101). С. 40 – 42.
8. Иванова Е.В. Экологическая политика Германии в медиадискурсе // Профессиональный проект: идеи, технологии, результаты. 2017. № 3 (28). С. 66 – 73.
9. Комарова Е.Ю., Вельдина Ю.В., Нелюбина Е.А., Антяскина Ю.Р. Способы выражения отрицательной оценки в англоязычном дискурсе // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2022. Т. 13. № 3. 11 с.
10. Комарова Е.Ю., Мягкова В.Ю. Неологизмы как отражение политической ситуации в мире // Тенденции развития науки и образования. 2023. № 95-2. С. 82 – 85.
11. Комарова Е.Ю., Санталова М.А. Англоязычное медиaprостранство как источник этнических стереотипов о русских // На пересечении языков и культур. Актуальные вопросы гуманитарного знания. 2023. № 2 (26). С. 53 – 57.

12. Кузнецова Л.В., Викулина М.А. Особенности концептуализации образа России в англоязычных СМИ // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. № 17 (815). С. 95 – 108.
13. Куликова В.А. ИмPLICITная и эксплицитная оценочность новообразований в заголовках интернет-медиа // Развитие словообразовательной и лексической системы русского языка: Сборник статей по материалам VII Международного научного семинара, посвященного 110-летию Саратовского государственного университета, Саратов, 01 ноября 2019 года / Отв. ред. О.И. Дмитриева. Саратов: Общество с ограниченной ответственностью "Амирит", 2020. С. 54 – 61.
14. Нелюбина Е.А., Амитрова М.В., Гусарова Ю.В. Языковые особенности интернет-дискурса // Балтийский гуманитарный журнал. 2014. № 4 (9). С. 21 – 23.
15. Новый Большой англо-русский словарь: в 3-х т. Около 250000 слов. Апресян Ю.Д., Медникова Э.М., Петрова А.В. и др. / Под общ. рук. Э.М. Медниковой и Ю.Д. Апресяна. М.: Рус. яз; 2007. 832 с.
16. Сулейманова О.А., Лукошус О.Г. Вопросы лексикографического портретирования слов с общим значением странной // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 4-1 (70). С. 179 – 185.
17. Суханова О.В. Лакунарность глагольной лексики (на материале русско-английских глагольных лакун): специальность 10.02.19 "Теория языка": дис. ... канд. филолог. наук. Воронеж, 2012. 205 с.
18. Таюпова О.И. Повторы и их роль в текстах различных дискурсов // Вестник Башкирск. ун-та. 2019. №1. С. 220 – 223.
19. Чикилева Л.С., Алешина Е.Ю. Прагмалингвистические особенности современной англоязычной риторики политического конфликта // Российский гуманитарный журнал. 2023. Т. 12. № 1. С. 46 – 56.
20. Шампарова С.И. Образ России в современных американских СМИ // Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2020. № 1 (26). С. 17 – 19.

References

1. Alt-Right – Neolurk, narodnyj Lurkmore [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://neolurk.org/wiki/Alt-Right> (data obrashhenija 03.08.2023)
2. American agents of misinformation: Tulsi Gabbard, Russian propaganda and article 88 – New Eastern Europe [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://neweasterneurope.eu/2022/10/12/american-agents-of-misinformation-tulsi-gabbard-russian-propaganda-and-article-88/> (data obrashhenija 03.08.2023)
3. Former Democratic Congresswoman Tulsi Gabbard calls for Biden to meet with Putin [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://nypost.com/2022/02/26/former-democratic-congresswoman-tulsi-gabbard-calls-for-biden-to-meet-with-putin/> (data obrashhenija 03.08.2023)
4. Tulsi Gabbard, Rand Paul Placed on List of Russian Propagandists by Ukraine [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://www.newsweek.com/tulsi-gabbard-rand-paul-placed-list-russian-propagandists-ukraine-1727831> (data obrashhenija 03.08.2023)
5. What is Tulsi Gabbard actually doing on Russia? CNN Politics [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://www.cnn.com/2022/03/01/politics/tulsi-gabbard-cpac-ukraine-russia> (data obrashhenija 03.08.2023).
6. Dobrosklonskaja T. G. Medialingvistika: teorija, metody, napravlenija. Moskva: "KDU", "Dobrosvet", 2020. 178 s.
7. Zharina O.A., Borisenko V.A., Samofalova M.V. Leksicheskie sposoby realizacii implicitnoj ocenki v anglojazychnyh SMI. Al'manah sovremennoj nauki i obrazovanija. 2015. № 11(101). S. 40 – 42.
8. Ivanova E.V. Jekologicheskaja politika Germanii v mediadiskurse. Professional'nyj proekt: idei, tehnologii, rezul'taty. 2017. № 3 (28). S. 66 – 73.
9. Komarova E.Ju., Vel'dina Ju.V., Neljubina E.A., Antjaskina Ju.R. Sposoby vyrazhenija otricatel'noj ocenki v anglojazychnom diskurse. Mir nauki. Sociologija, filologija, kul'turologija. 2022. Т. 13. № 3. 11 s.
10. Komarova E.Ju., Mjagkova V.Ju. Neologizmy kak otrazhenie politicheskoj situacii v mire. Tendencii razvitija nauki i obrazovanija. 2023. № 95-2. S. 82 – 85.
11. Komarova E.Ju., Santalova M.A. Anglojazychnoe mediaprostranstvo kak istochnik jetnicheskikh stereotipov o russkikh. Na peresechenii jazykov i kul'tur. Aktual'nye voprosy gumanitarnogo znanija. 2023. № 2 (26). S. 53 – 57.
12. Kuznecova L.V., Vikulina M.A. Osobennosti konceptualizacii obraza Rossii v anglojazychnyh SMI. Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki. 2018. № 17 (815). S. 95 – 108.

13. Kulikova V.A. Implicitnaja i jeksplicitnaja ocenocnost' novoobrazovanij v zagolovkah internet-media. Razvitie slovoobrazovatel'noj i leksicheskoj sistemy russkogo jazyka: Sbornik statej po materialam VII Mezhdunarodnogo nauchnogo seminara, posvjashhennogo 110-letiju Saratovskogo gosudarstvennogo universiteta, Saratov, 01 nojabrja 2019 goda. Otv. red. O.I. Dmitrieva. Saratov: Obshhestvo s ogranichennoj otvetstvennost'ju "Amirit", 2020. S. 54 – 61.
14. Nelyubina E.A., Amitrova M.V., Gusarova Ju.V. Jazykovye osobennosti internet-diskursa. Baltijskij gumanitarnyj zhurnal. 2014. № 4 (9). S. 21 – 23.
15. Novyj Bol'shoj anglo-russkij slovar': v 3-h t. Okolo 250000 slov. Apresjan Ju.D., Mednikova Je.M., Petrova A.V. i dr. Pod obshh. ruk. Je.M. Mednikovoj i Ju.D. Apresjana. M.: Rus. jaz; 2007. 832 s.
16. Sulejmanova O.A., Lukoshus O.G. Voprosy leksikograficheskogo portretirovanija slov s obshhim znacheniem strannyj. Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. 2017. № 4-1 (70). S. 179 – 185.
17. Suhanova O.V. Lakunarnost' glagol'noj leksiki (na materiale russko-anglijskih glagol'nyh lakun): special'nost' 10.02.19 "Teorija jazyka": dis. ... kand. filolog. nauk. Voronezh, 2012. 205 s.
18. Tajupova O.I. Povtory i ih rol' v tekstah razlichnyh diskursov. Vestnik Bashkirsk. un-ta. 2019. № 1. S. 220 – 223.
19. Chikileva L.S., Aleshina E.Ju. Pragmalingvisticheskie osobennosti sovremennoj anglojazychnoj ritoriki politicheskogo konflikta. Rossijskij gumanitarnyj zhurnal. 2023. T. 12. № 1. S. 46 – 56.
20. Shamparova S.I. Obraz Rossii v sovremennyh amerikanskih SMI. Aktual'nye problemy sovremennosti: nauka i obshhestvo. 2020. № 1 (26). S. 17 – 19.

*Komarova E.Yu., Candidate of Psychological Sciences (Ph.D.),
Nelyubina E.A., Senior Lecturer,
Penza State Technological University,
Myagkova V.Yu., Senior Lecturer,
Penza State University*

Evaluative vocabulary in political discourse on the example of English-language media texts

Abstract: the article deals with the specifics of the expression of evaluation in the English-language political discourse on the example of mass communication texts. The relevance of studying political vocabulary is confirmed by the volume of replenishment of new words by authoritative English-language dictionaries in 2022. In addition, linguists are interested in the specifics of using lexical means of media resources to influence public consciousness. Particular attention is paid to the formation of a negative image of Russia by means of the English language assessment category. In this regard, the evaluative vocabulary of a popular politician, congresswoman Tulsi Gabbard and authoritative English-language media was chosen as the research material. The ways of expressing the assessment in English were analyzed. The examples of explicit and implicit evaluativeness in political discourse are considered in detail. The analysis and examples of the evaluation vocabulary of the person under discussion and the comments of English-language media are presented. The research methods included the analysis of theoretical literature, stylistics, semantics, context and its components, the comparative method, the method of dictionary definitions, the descriptive method.

The results of the research can be used in lectures and practical classes on the stylistics of the English language, theory and practice of translation, as well as in practical classes in English.

Keywords: political discourse, English-language media, evaluation category, explicit and implicit evaluation methods

For citation: Komarova E.Yu., Nelyubina E.A., Myagkova V.Yu. Evaluative vocabulary in political discourse on the example of English-language media texts. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 77 – 82.

Received: July 24, 2023; Revised: August 13, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Нехорошева О.А., аспирант,
Кубанский государственный университет*

Особенности значений экономических терминов, специфика их употребления в тестах СМИ

Аннотация: переход к рыночной экономике характеризуется бурным расцветом средств массовой информации как традиционных, так и англоязычных. Материалом исследования являются современные печатные СМИ: «Аргументы и факты», «Ведомости», «Коммерсант», «Московский комсомолец», «Парламентская газета», в которых ярко представлена экономическая лексика. В статье проанализированы тесты печатных СМИ за 2016–2023 гг. с целью выделения основных семи групп экономических понятий и категорий: первую группу составляют *общенаучные термины и выражения* экономического характера; вторую группу составляют *«популярные экономические термины»*, используемые в речи современного человека, популярных медиа текстах, ярких «кричащих» заголовках; в третью группу включены *политико-экономические клише, финансовые штампы, шаблонные экономические выражения*; в четвертую группу входят *экономические неологизмы*, чаще всего англоязычные; пятая группа включает *экономические жаргонные слова и выражения*; в шестую группу включены *аббревиатуры* из широкого спектра области экономики; седьмую группу финансовых терминов составляют *«экономические» фразеологизмы и устойчивые сочетания слов*. Актуальность исследования связана с тем, что экономические слова, термины и выражения продолжают рассматриваться в лингвистических исследованиях, требуя некоторых дополнений, более детального изучения, что повлияет на дальнейшее изучение экономической терминологии. Практическая значимость статьи заключается в том, что данный материал может быть использован на практических занятиях по «языкознанию» в вузах и на уроках русского языка в школе.

Результаты исследования могут найти применение в чтении лекций и проведении практических занятий по русскому языку в высшей школе для более детального изучения экономических терминов.

Ключевые слова: экономические термины, специальная лексика, сфера употребления, экономический дискурс, фразеологизм, экономические понятия, лексика, экономическое пространство, англицизм

Для цитирования: Нехорошева О.А. Особенности значений экономических терминов, специфика их употребления в тестах СМИ // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 83 – 87.

Поступила в редакцию: 21 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 13 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Данное исследование посвящено изучению экономических терминов и понятий современного русского языка на материале печатных СМИ 2016–2023 гг. с целью выявления их особенностей значения и употребления на примере следующих изданий: «Аргументы и факты», «Ведомости», «Коммерсант», «Московский комсомолец», «Парламентская газета».

Исследование представляет значительный интерес как в плане эволюционного развития лексики и терминологии, так и в плане происхождения экономических терминов современного русского языка.

Изучением данного вопроса занимались многие исследователи: А.А. Реформатский «Что такое термин и терминология / Вопросы терминологии», А.А. Реформатский «Термин как член лексической системы языка / Проблемы структурной лингвистики», С.В. Гринев-Гриневич «Введение в терминологию», С.В. Гринев-Гриневич «Терминология», Д.С. Лотте «Некоторые принципиальные вопросы отбора и построения научно-технических терминов», Д.С. Лотте «Основы построения научно-технической терминологии», В.М. Лейчик Д.С. Шелов «Лингвистические проблемы терминологии и научно-технический перевод», В.М. Лейчик Д.С. Шелов «Терминоведение: предмет, методы, структура», В.А. Татарин «История отечественного терминоведения»].

Данная область изучения очень интересна благодаря широкому распространению специальной лексики в социальных сферах, например, таких как экономика, торговля, средства массовой информации.

Изучая терминологическую лексику можно выделить несколько пластов, которые различаются сферой употребления, особенностями происхождения лексики.

Многие популярные экономические статьи выполняют все основные функции, свойственные СМИ: информативную, развлекательную, образовательную, рекламную, идеологическую [2].

Информативная функция заключается в том, что статьи данного типа информируют людей о происходящих событиях в современном мире, о состоянии экономики в разных странах, об изменениях курсах валют, об операциях на биржах, что возможно благодаря *общенаучным терминам и выражениям* экономи-

ческого дискурса, которые составляют **первую группу** классификации. Эти термины используются в различных областях знаний и принадлежат к научному стилю, наиболее частотно используются, составляют понятийную базу различных наук: конкуренция, монополия, прогнозировать, гипотетический, спрос, торговля, рентабельность, прибыль, реакция, эксперимент, адекватный, ВВП, инфляция, деньги, ликвидность, средства, финансирование, бюджет, дефицит, мировое разделение труда (МРТ), международная экономическая интеграция, лизинг, депозит, экспорт, протекционизм, миграция, валютный курс, глобализация, дисконт, валовая рентабельность, бутстрэппинг, либерализация, кейтеринг, конкуренция, наценка, интеллектуальный, наемный, диагностировать, конъюктура.

Инфляция в России на неделе сохранилась на уровне в 0,1% [Московский комсомолец, 2019.12]; **Американский рынок** акций скорректировался во избежание «перегрева» на позитиве по торговле [Московский комсомолец, 2019.12]; **Либерализация цен** усилит позиции СПГ на внутреннем рынке, считает эксперт [Парламентская газета, 2018.12]; **Главное, чтобы для аграриев не вводились запреты на экспорт** [Ведомости, 2021.12]; **Во-первых, органический рост за счет запуска новых проектов, таких как новый, самый масштабный за последние годы проект в мясном бизнесе на Дальнем Востоке (свиноводческий кластер с производством полного цикла** [Ведомости, 2021.12]; **Утверждён федеральный бюджет на 2022 год и на плановый период 2023-2024 годов** [Парламентская газета, 2021.12]; **Туроператоры зафиксировали рекордный спрос россиян на туры в Египет** [Парламентская газета, 2021.10]; **Конкуренция – важнейшее условие развития медицины** [Коммерсант, 2020.12].

Эти примеры иллюстрируют информативную функцию экономического дискурса и основаны на данных Национального корпуса русского языка (далее НКРЯ).

Специфика современного языка экономического дискурса состоит в том, что он понятен не только узкому кругу специалистов экономического профиля, но и многим неподготовленным в этой области реципиентам. Многие экономические статьи включают в свой состав всем известные **«популярные экономические термины»**, которые составляют **вторую группу** классификации, например, клиент, услуги, товары, рынок, финансовый кризис, капитал, инфляция.

«Популярные экономические термины» превалируют в речи журналиста, потому что главной его задачей является освещение самых актуальных проблем современной действительности, данные лексемы в сравнении с первой группой понятны многочисленным читателям и слушателям.

Капитал – совокупность средств (имущество, деньги, недвижимость), приносящих прибыль [Большая экономическая энциклопедия, 2008]. Данная лексема использована как в специальных экономических терминах, так и в «популярных», но уже в сочетании с прилагательными – эпитетами:

Тундровикам на Ямале предложили выдавать чумовой капитал [Парламентская газета, 2021.03]; **Ипотеку под материнский капитал будет получить труднее** [Ведомости, 2021.03].

Язык анализируемых экономических тестов имеет в своем составе многочисленную группу лексем, которые в разных речевых и смысловых конструкциях, могут составлять и первую и вторую группу данной классификации.

В Петербурге клиент ранил топором сотрудников финансовой компании. [Московский комсомолец, 2019.07]; **Рынок неоднозначно оценил намерение ЦБ запретить дифференцированные ставки по вкладам** [Ведомости, 2021.12]; **Индексация тарифов на услуги ЖКХ в следующие три года не превысит 4%** [Парламентская газета, 2021.09]; **ЦБ допустил глобальный финансовый кризис в 2023 году** [Ведомости, 2021.09]; **Инфляция в России в 2021 году составила почти 8,4%** [Ведомости, 2021.12]; **«Усатый нянь» претендует на материнский капитал** [Парламентская газета, 2021.02]; **В Ульяновской области могут ввести отцовский капитал** [Парламентская газета, 2020.09].

В **третью группу** слов и выражений, относящихся к категории «экономика», включены **политико-экономические клише, финансовые штампы, шаблонные экономические выражения**, в основе которых лежат стертые метафоры. Кlišе в широком значении – речевые стереотипы, готовые обороты, используемые в качестве легко воспроизводимого в определенном контексте стандарта [1].

Кlišе употребляются во всех стилях современного русского языка, но чаще используются в периодических публикациях финансово – экономического и технического характера (*финансовый рынок, попасть под санкции, курс доллара, уйти с молотка, спекулятивный рост цен, ключевая ставка, перерасчет выплат, бьют рекорды, рост цен, проводить платежи, аномально подорожал, пробить потолок цен, оказаться на пороге кризиса, мобилизация ресурсов, подвести под уголовную статью, растущая инфляция, катастрофический обвал стоимости, доходы упали, крушение рубля, падение рубля, рыночная экономика, рулить санкциями, местная экономика, рубль сорвется в крутое пике, замороженные активы, курсу доллара устремился в пропасть, рекордный рост зарплат*).

Экономические клише включают в себя устойчивые выражения, набор готовых фраз, идиомы, которые используются в рекламных текстах на финансово – экономические темы.

Айфон первого поколения ушел с молотка за невиданную цену. [Московский комсомолец, 2023-7]; *Курс национальной валюты может достичь 100 рублей за доллар: какой будет ключевая ставка?* [Московский комсомолец, 2023-7]; *Прогнозы на курс рубля показали, что он останется слабым* [Московский комсомолец, 2023-7]; *Любимый российскими туристами Таиланд оказался на пороге политического кризиса* [Московский комсомолец, 2023-7]; *Названа дата, когда крах рубля отразится на ценах на продукты* [Московский комсомолец, 2023-7]; *В московских магазинах рассказали, что раскупают россияне на фоне роста доллара* [Московский комсомолец, 2023-7]; *Страны начали играть с ценами на нефть: какими будут последствия?* [Московский комсомолец, 2023-7].

Экономические клише, устойчивые выражения нашли широкое применение в речи публицистов, экономических обозревателей, рекламных деятелей, политиков, журналистов.

В четвертую группу входят **экономические неологизмы**, которые на данном этапе развития современного русского языка чаще всего англоязычного происхождения. Неологизмы приходят в русский язык благодаря появлению в обществе новейших технологий, явлений и вещей. Д.Н. Ушаков в толковом словаре дает следующее определение неологизму: неологизм (от греч. Neos – новый и logos – слово) – новое слово, выражение, или новое значение у уже существующего слова, вновь появившееся в языке на определенном этапе его развития [5]. Главным признаком неологизмов является их новизна, свежесть и актуальность, воспринимаемая носителями языка как «свежее дыхание» времени. Чаще всего неологизмы приходили еще в древние времена путем заимствований из разных языков, на сегодняшний день огромное распространение получили англицизмы в русском языке. Нужно отметить тот факт, что более широкому распространению неологизмов в современном русском языке послужило развитие интернет-пространства.

Появление огромного количества экономических англицизмов связано как раз с развитием именно этой сферы жизни общества: *пруф, гаджет, мерчандайзер, киберпрофайлер, баннер, хейтер, блогер, влог, рисечер, стример, риелтор, концерн, ваучер, стримить, хейтить, эквайринг, офшор, стагнация, реструктуризация, хайповать, контент, подписчик, маркетинг, инвестировать, кроссировать, хеджировать, топ-менеджер, дисклеймер, смм-менеджер.*

По традиции, звезда сериала «Татьянин день» поделилась с подписчиками пляжным контентом. [Московский комсомолец, 2023-7]; *Ростелеком запустил маркетинг сервисов для бизнеса.* [Московский комсомолец, 2023-8]; *В России могут запретить технику Apple, если окажется, что гаджеты, американской компании небезопасны для российских пользователей.* [Московский комсомолец, 2023-8]; *Компания, созданная бывшим топ-менеджером «Лукойла», начала инвестировать в склады.* [Ведомости, 2021-12].

Пятую группу составляют **экономические жаргонные слова и выражения**, представляющие собой «неофициальные обозначения понятий, предметов специального и неспециального характера, бытующие в разговорной речи представителей той или иной профессии. Профессиональные жаргонизмы, как правило, экспрессивно окрашены [3].

Байда – бумаги китайской компании *Baidu*, а вовсе не обозначение мусорных акций, как может показаться на первый взгляд. **Галя** – ласковое название акций космической фирмы *Virgin Galactic* Ричарда Брэнсона. Одна из самых популярных бумаг США на российском рынке.

Зина – популярная фармацевтическая компания *Zynerba*. Лудоманить – покупать акции на удачу без какого-либо анализа. Типичный пример – покупка бумаг под отчет. **Лось** – самое нелюбимое у инвесторов животное, которое однажды встречает каждый. Означает убыток по акции. **Резать лося** – фиксировать убыток. **Мася** – максимально любовное название акций знаменитого американского ретейлера *Macy's*. Папира (англ. Paper) – то же самое, что и акция. **Свин (свинья, свиноматка)** – акции американской нефтегазовой компании *Southwestern Energy*. Получили такое прозвище из-за фонетического сходства с ее тикером SWN. **Усредниться** – докупить в портфель упавшие в цене акции. Используется для снижения средней стоимости бумаги в портфеле. **Шорт** – короткая позиция. Тот, кто ее открыл, – **шортист**.

В шестую группу включены экономические аббревиатуры, которые понятны либо широкому кругу читателей, либо становятся понятны в контексте: ФОТ (Фонд оплаты труда), СПИК (Специальный инвестиционный контракт), ПАО (Публичное акционерное общество), ВВП (Валовый внутренний продукт), МВФ (Международный валютный фонд), ТБ (Торговый баланс), НСПК (Национальная система платежных карт), МРЦ (Минимальная розничная цена), БОД (Безусловный основной доход).

Они складываются из активов в иностранной валюте, монетарного золота, специальных прав заимствования (СДР, расчетная денежная единица, используемая Международным валютным фондом), резервной позиции в МВФ и других резервных активов. [Ведомости, 2021-12]; *Перечислю основные предложения: предусмотреть невозвратный принцип по программе ФОТ 3.0 по аналогии с программой ФОТ 2.0*

[Ведомости, 2021-12]; МФЦ должны предоставлять возможность совершения операций с использованием национальных платёжных инструментов в рамках национальной системы платёжных карт (НСПК), говорится в документе. [Парламентская газета, 2021.10].

Экономические аббревиатуры используются в современном русском языке чаще всего в письменной речи, они появляются благодаря приему аналогии в связи с адаптацией иностранных слов.

Появление новых фразеологизмов является неотъемлемой частью современного русского языка, так как он отражает непрерывные социальные процессы, протекающие в обществе. [8]. **Седьмую группу** составляют «экономические» фразеологизмы и устойчивые сочетания слов, которые представляют собой несвободные сочетания слов, с разной степенью слитности значения и обладают функциональными признаками слова как номинативной единицы языка [6]. В текстах современного русского языка фразеологические сочетания нередко подвергаются вторичному переосмыслению и различного рода трансформации, когда изменяются отдельные части идиомы, что и характерно для экономического дискурса. [4].

Более детально рассмотрим публикации «Московского комсомольца», где содержатся следующие фразеологические единицы: *цифровой рубль, условия санкций, зерновой коридор, зарплата «в конвертах», «сухопутный коридор».*

Банк России объявил о том, что начнет тестирование операций с цифровым рублем в августе 2023-го. [Московский комсомолец, 2023-7]; *Кому повысят зарплату в условиях санкций: в России ужесточается квалификационный дефицит.* [Московский комсомолец, 2023-7]; *Политолог оценил предложение Литвы по зерновому коридору: «Слабое утешение для Украины».* [Московский комсомолец, 2023-7]; *Эксперты назвали количество россиян, получающих зарплату «в конвертах».* [Московский комсомолец, 2023-7]; *Россияне рассказали, как попасть в Крым по «сухопутному коридору»: важно соблюдать правила.* [Московский комсомолец, 2023-7].

Употребление данных словосочетаний характеризуется частотностью, устойчивостью, воспроизводимостью и употребительностью, поэтому их можно отнести к фразеологизмам [7].

Приведенные примеры характеризуются использованием лексем, которые относятся к терминофонду науки экономики и чаще всего сочетаются с прилагательными, которые обладают фразеологически связанным значением.

Таким образом, сфера экономики за последние несколько лет претерпела огромные изменения, которые непосредственно отразились в социальной жизни общества и повлекли за собой образование новой экономической лексики, устойчивых сочетаний слов. Это влияет на употребление экономической лексики в новом ракурсе, со вторичными значениями, что влечет за собой создание и дальнейшее пополнение классификации возможных групп наиболее употребительных экономических терминов. Наше исследование показало, что экономические термины используются не только как специальные термины, но и часто выступают в качестве общеупотребительных, приобретая новые значения. Данный процесс регламентируется использованием в текстах СМИ огромного количества терминов на экономическую тематику.

Литература

1. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М.: МГУ, 1970. С. 240 – 246.
2. Петушинская Популярные экономические статьи как способ передачи информации массовой аудитории // Российский внешнеэкономический вестник. 2011. № 5. С. 47 – 51.
3. Рахманова Л.И., Суздальцева В.Н. Современный русский язык. Лексика. Фразеология. Морфология. М.: Изд-во МГУ, ЧеРо, 1997. С. 122 – 126.
4. Тусубаева Н.А. Функциональные особенности новых слов в области экономики (на материале русскоязычной периодической печати 2003-2006 гг.) // Теория перевода. Типология языков. Межкультурная коммуникация: Материалы III Международной конференции. М.: Изд-во МГУ, 2007. С. 232 – 240.
5. Толковый словарь русского языка / под ред. Д.Н. Ушакова. М.: Мир книги, 2001. С. 525 – 526
6. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка. М.: Высшая школа, 1985. С. 133 – 136.
7. Цзе Чжан. Фразеологизмы с колоративным компонентом в экономической сфере конца XX – начала XXI в. // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2018. № 3 С. 97 – 100.

References

1. Kostomarov V.G. Russkij jazyk na gazetnoj polose. M.: MGU, 1970. S. 240 – 246.
2. Petushinskaja Populjarnye jekonomicheskie stat'i kak sposob peredachi informacii massovoj auditorii. Rosijskij vneshnejekonomicheskij vestnik. 2011. № 5. S. 47 – 51.
3. Rahmanova L.I., Suzdal'ceva V.N. Sovremennij russkij jazyk. Leksika. Frazelogija. Morfologija. M.: Izd-vo MGU, CheRo, 1997. S. 122 – 126.

4. Tusubaeva N.A. Funkcional'nye osobennosti novyh slov v oblasti jekonomiki (na materiale ruskojazychnoj periodicheskoj pečati 2003-2006 gg.). Teorija perevoda. Tipologija jazykov. Mezhkul'turnaja kommunikacija: Materialy III Mezhdunarodnoj konferencii. M.: Izd-vo MGU, 2007. S. 232 – 240.
5. Tolkovyj slovar' russkogo jazyka. pod red. D.N. Ushakova. M.: Mir knigi, 2001. C. 525 – 526
6. Shanskij N.M. Frazeologija sovremennogo russkogo jazyka. M.: Vysshaja shkola, 1985. C. 133 – 136.
7. Cze Chzhan. Frazeologizmy s kolorativnym komponentom v jekonomicheskoj sfere konca HH – nachala XXI v. Izvestija Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogičeskogo universiteta. 2018. № 3 S. 97 – 100.

*Nekhorosheva O.A., Postgraduate,
Kuban State University*

Features of the meanings of economic terms, the specificity of their use in media tests

Abstract: the transition to a market economy is characterized by the flourishing of the media, both traditional and English. The material of the study is modern print media: "Arguments and Facts", "Vedomosti", "Kommerçant", "Moskovsky Komsomolets", "Parliamentskaya Gazeta", in which economic vocabulary is vividly presented. The article analyzes the print media tests for 2016-2023. in order to single out the main seven groups of economic concepts and categories: the first group consists of general scientific terms and expressions of an economic nature; the second group consists of "popular economic terms" used in the speech of a modern person, popular media texts, bright "screaming" headlines; the third group includes political and economic clichés, financial clichés, stereotyped economic expressions; the fourth group includes economic neologisms, most often in English; the fifth group includes economic slang words and expressions; the sixth group includes abbreviations from a wide range of areas of economics; the seventh group of financial terms is made up of "economic" phraseological units and stable combinations of words.

The relevance of the study is due to the fact that economic words, terms and expressions continue to be considered in linguistic research, requiring some additions, more detailed study, which will affect the further study of economic terminology.

The practical significance of the article lies in the fact that this material can be used in practical classes in "linguistics" in universities and in Russian language lessons at school.

The results of the study can be used in lecturing and conducting practical classes in the Russian language in higher education for a more detailed study of economic terms.

Keywords: economic terms, special vocabulary, sphere of use, economic discourse, phraseology, economic concepts, vocabulary, economic space, anglicism

For citation: Nekhorosheva O.A. Features of the meanings of economic terms, the specificity of their use in media tests. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 83 – 87.

Received: July 21, 2023; Revised: August 13, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Мавляутдинов И.С., кандидат социологических наук, доцент,
Казанский (Приволжский) федеральный университет,
Нуруллина Р.В., кандидат социологических наук,
Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет им. С.М. Кирова,
Хабибуллина Э.К., кандидат филологических наук, доцент,
Казанский (Приволжский) федеральный университет*

Перевод речевых оборотов в рекламных слоганах: стратегия, ориентированная на целевой язык

Аннотация: для того чтобы реклама достигла цели, рекламодатели предпочитают использовать понятный язык, который запоминается, бросается в глаза и вызывает у потребителя желание приобрести товар. Наиболее эффективным лингвистическим инструментом в рекламном сообщении считаются рекламные слоганы. В то же время, рекламный язык, украшенный различными языковыми средствами, трудно поддается переводу, неизбежно возникают противоречия между формой и содержанием текста.

Статья основана на материалах авторского исследования переводческих подходов и способов передачи речевых оборотов в современных рекламных слоганах. **Цель исследования:** выявить, определить и экспериментально проверить эффективность действующих методов и стратегий перевода рекламы с учетом социокультурных и идеологических характеристик каждой культуры. Для анализа выбраны примеры семантических и коммуникативных стратегий, ориентированных на целевой язык, которые осуществляются в форме идиоматического перевода, свободного перевода и адаптации.

Практическая значимость исследования. Полученные в ходе исследования результаты могут найти применение в лекционных и практических курсах по сравнительному языкознанию, лингвокультурологии, межкультурной коммуникации, лексикологии, переводоведению, лингвистике. Материалы могут также оказаться полезными для разработки современных проблем переводоведения и межкультурного взаимодействия.

Ключевые слова: рекламный слоган, языковые средства, риторические фигуры, стратегия перевода

Для цитирования: Мавляутдинов И.С., Нуруллина Р.В., Хабибуллина Э.К. Перевод речевых оборотов в рекламных слоганах: стратегия, ориентированная на целевой язык // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 88 – 94.

Поступила в редакцию: 23 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 13 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Введение

Наиболее эффективным лингвистическим инструментом его продвижения считается рекламный слоган. Эффектный и запоминающийся слоган играет важную роль и выполняет значимую функцию – обращаясь к целевой аудитории, он привлекает внимание, формирует определенный эмоциональный образ, обеспечивает запоминание послания, что повышает интерес к товару и обеспечивает его покупку. Чтобы привлечь внимание потенциального покупателя, создатели рекламных слоганов активно используют риторику, словесные игры и метафоры. Маркетинговые исследования свидетельствуют, что речевые обороты в рекламных сообщениях играют очень важную роль в создании эффекта убеждения. Поэтому их можно рассматривать как неотъемлемую часть продуктивных и успешных рекламных сообщений.

Все это актуализирует деятельность переводчиков по интерпретации стилистических оборотов в рекламных слоганах и созданию нового эквивалентного текста на другом языке. Работая на международном рынке, обращаясь к представителям различных культур, они решают сложную задачу поиска адекватных подходов и способов передачи риторических фигур. Проблема заключается в необходимости транслировать имидж бренда и в то же время соответствовать культурным нормам, менталитету и привычкам целевого общества. Потенциал имеющихся переводческих средств, их способность преодолеть трудности трансграничного переноса рекламных речевых оборотов, достичь желаемого успеха в целевой культуре и эффективности в международном маркетинге будет исследован на примере перевода англоязычных рекламных слоганов на турецкий язык.

В рекламных слоганах применяются самые разные риторические фигуры: повторение (в том числе, рифма и аллитерация), умолчание (многозначие), возвратные фигуры речи (например, антитеза), игра слов (каламбур, резонанс), косвенные фигуры речи (гипербола, замена), метафорические фигуры (собственно метафора и метонимия, персонализация и аналогия, неологизм и рефлексия). Они в значительной степени

обогащают язык рекламы, но в то же время создают особые специфические трудности при их переводе на другой язык: «Рекламный перевод включает в себя почти все измерительные, образовательные, синтаксические, текстовые, показательные и даже фигурные трудности, с которыми можно столкнуться в процессе перевода» [16].

Задача переводчика состоит в том, чтобы адаптировать рекламу для представителей иной языково-культурной традиции, сохранив при этом формальные признаки жанра, и тем самым обеспечить привлекательность продукта. Для этого целесообразно сделать предварительный анализ речевых особенностей рекламного слогана на языке оригинала и затем продумать возможные стратегии его переноса в иноязычную среду. При этом неизбежно возникают следующие вопросы: Если цель перевода состоит в том, чтобы сделать текст рекламного слогана привлекательным для новой аудитории, и если для достижения этой цели приходится использовать иные риторические формы, не будет ли это означать потерю смысла по сравнению с оригиналом? Что должен сделать переводчик в случае, если не получается адекватно передать посыл и содержание текста рекламы? И наконец, должен ли переводчик беспокоиться о потере смысла при переводе рекламных текстов или он вправе игнорировать этот аспект? Ответ может быть как положительным, так и отрицательным.

Способы и приемы перевода рекламных слоганов: дилемма смысла и формы

Довольно жесткую стратегию борьбы с потерей смысла рекламного текста при переводе предлагал П. Ньюмарк. Его идеал – «одинаковая частота соответствующих слов, идиом, метафор, синтаксических единиц и порядка слов в исходном и целевом языках» [11, с. 8]. Но он в то же время признавал, что в самом этом подходе содержится противоречие, и потому ни один переводчик не может придерживаться его в точности [11].

Ю. Нида подходила к проблеме с более широких позиций: перевод должен быть (1) логичен; (2) отражать дух и стиль оригинала; (3) иметь естественный и простой способ выражения и (4) вызывать адекватную реакцию [12, с. 164]. Не исключено при этом, что между формой и содержанием возникают некоторые противоречия, поскольку зачастую бывает невозможно достичь верного смысла и при этом не изменить стилистические особенности текста. Было предложено следующее решение указанных противоречий: «Чаще всего содержание имеет приоритет над формой. Но поскольку реклама должна быть убедительной, многое зависит от выбранного жанра. Если реклама написана как стихотворение или песня, формат будет сохранен, а содержание будет переведено с учетом формата. Знаки, культурные элементы, передаваемые рекламой, определяют, как будет переводиться рифма. Поскольку смысл и форма являются неразделимыми единицами, переводчик должен попытаться достичь компромисса в данной ситуации, отдавая предпочтение одному над другим. То есть форма и жанр рекламы определяют, какой из аспектов переводчик должен выделить в процессе перевода. Он должен решить, какие аспекты исходного текста он хочет перенести в целевой текст буквально или эквивалентным образом» [13, с. 13].

Учитывая, что рекламный перевод часто сравнивают с переводом стихов, приведенные рассуждения Ниды о переводе рекламных слоганов вполне уместны. Многие рекламные сообщения транслируются как в печатных СМИ, так и по телевидению, вторые зачастую сопровождаются музыкой (джингл), а слова рифмуются под эту музыку. Слоган, который является самой запоминающейся частью рекламного сообщения, остается в памяти. Когда тот же слоган доносится до потребителя через газеты и журналы, используется только его текст. Но и в этом случае в процессе перевода необходимо соблюдать рифму и сохранять формат. Рекламный слоган может потерять большую часть своей эффективности и не достигнуть цели, если перевести его как простое предложение только для того, чтобы передать точный смысл.

В качестве примера рассмотрим рекламу мягких конфет Haribo, текст которой сопровождался музыкой. Английский оригинал «Дети и взрослые любят его, счастливый мир Haribo» хорошо восприняли потребители всех возрастов, запоминая текст из-за имеющейся рифмы. В турецком переводе была использована та же музыка, что и в оригинале, а фраза «Будь малышом или большим, будь счастлив с Haribo», хоть и выражена другими словами, не потеряла своего смысла. Слогану удалось сохранить свою весомость и гармонию в турецком языке без использования дословного перевода.

Следовательно, необходимость поиска эквивалента фигурам речи при переводе зависит от степени их значимости в оригинальном тексте. Таким образом, смысл игры слов следует понимать как «ресурсный, дословно свободный, функциональный». Но все зависит от типа текста. Например, игра слов в литературном произведении с точки зрения целостности текста представляет собой стилистически-эстетическое построение. По этой причине поиск «формально-эстетической эквивалентности», как выразился Тим Коллер, должен быть главной целью перевода в таких текстах [8, с. 252]. Исследователь утверждает, что в подобных текстах для переводчика допустимо прибегать к классическим методам выравнивания перевода, таким как добавление сносок, адаптация, перефразирование [8]. Однако, данные методы, общепринятые при пе-

реводе художественных текстов, не могут быть применены к рекламным слоганам, так как они должны доставлять сообщение адресату кратчайшим путем в ограниченном пространстве и времени. Например, в рекламном сообщении недопустимо добавление сносок и объяснение некоторых частей текста.

Рудольф Циммер подчеркивал, что в игре слов наибольший вес имеет форма, и считал, что перевод риторических фигур может быть более важным, чем верный семантический перевод [17, с. 31]. Поскольку причиной использования игры слов в рекламных слоганах является привлечение внимания, можно утверждать, что мнение Циммера справедливо и для рекламных переводов, поскольку форма в них часто имеет приоритет над смыслом. Однако, учитывая, что рекламный перевод представляет собой пример межкультурной коммуникации, не следует игнорировать и тот факт, что маркетинговая практика в разных странах может отличаться. Например, британцы характеризуют свою рекламу как юмористическую, развлекательную и эмоциональную, но в меньшей степени информативную, доходчивую и убедительную [6, с. 241]. Майкл и Джордж Белчи отмечают, что немецкий потребитель более серьезен и не будет положительно реагировать на юмор в рекламе [5, с. 763]. То, что в той или иной культуре считается убедительным, зависит от стандартов, заложенных в ней. Таким образом, для создания эффективного перевода рекламного слогана переводчик должен использовать все возможные способы и доступные инструменты, позволяющие достичь цели адекватной трансляции имиджа бренда и одновременно соответствия культуре и привычкам целевого общества.

Чтобы получить успешный рекламный текст на целевом языке, не всегда целесообразно использовать те же лингвистические инструменты, что и в исходном тексте. Переводчик должен найти инновационный способ использования целевого языка. Также важно учитывать удаленность между культурами и языками, на которых был создан и переведен исходный слоган, и в зависимости от того, насколько велико или мало это расстояние, может потребоваться вмешательство различной степени. По мнению Энтони Пима, тексты представляют собой парусники, плывущие по ветру: «Дело обстоит так: не каждый текст может трансформироваться в любом направлении» [14, с. 182]. Рекламный перевод можно рассматривать как динамичную деятельность, меняющуюся от культуры к культуре, формируемую культурными обычаями и по-разному оформляемую от языка к языку.

П. Ньюмарк следующие наиболее успешные стратегии передачи речевых оборотов при переводе рекламных слоганов: (1) стратегия переноса (непереводимость) – трансферность; (2) стратегии, основанные на исходном языке; (3) стратегия перевода, ориентированная на целевой язык. Стратегии, ориентированные на исходный язык, характеризует как создание формулировок, верных смыслу исходного текста, тогда как семантические и коммуникативные стратегии, ориентированные на целевой язык, могут осуществляться в форме идиоматического перевода, свободного перевода и адаптации [10, с. 45-47].

В рамках данной статьи мы ограничимся анализом переводческих стратегий, ориентированных на целевой язык. Будут рассмотрены рекламные слоганы, подготовленные с использованием риторических фигур, и их турецкие переводы, заимствованные в средствах массовой информации, имеющих в свободном доступе.

Стратегии перевода, ориентированные на целевой язык

В этой стратегии учитывается лингвистический и культурный характер целевой культуры, одно и то же выражение передается разными словами, не будучи слишком далеким от смысла. Методы свободного перевода и адаптации наблюдаются в примерах под этим заголовком. Их примеры изучены ниже.

Рекламный слоган Danone Activia.

Оригинальный слоган: «Actively Good» (игра слов).

Турецкий перевод: «İçiniz rahat olsun» (игра слов).

В слогане йогурта Danone, который был запущен как продукт, регулирующий пищеварительную систему, использована игра слов, основанная на многозначности. Казалось бы, турецкий перевод не является буквальным, однако путем создания не менее удачного речевого оборота, пусть и с другими словами, была передана важнейшая характеристика продукта, и в то же время сохранен эффект, производимый оригинальным сочетанием слов. Пример того, как отказ от принципа дословности может сделать перевод более креативным.

Рекламный слоган Becel.

Оригинальный слоган: «Cholestrol hates it. You'll love it» (антитеза, олицетворение, итерация).

Турецкий перевод: «Kalbinizi düşüniün, kolestrolünüzü düşürün» (рифма и паризон, игра слов).

Торговая марка маргарина Becel представлена потребителю как продукт, полезный для сердца и сосудов. Оригинальный слоган основан на противопоставлении, эффект усиливает персонификация и повторение фигур. Хотя в турецком переводе использовались другие фигуры, был создан очень эффектный слоган,

в котором были удачно компенсированы все три риторические фигуры. Перевод не буквальный, но значение слогана передано без потери указанных в оригинале характеристик продукта.

Рекламный слоган Ajax.

Оригинальный слоган: «Cleans like a white Tornado» (аналогия, метонимия).

Турецкий перевод: «Öyle hızlı temizler ki sanki bu dünyadan değil» (аналогия, гипербола).

Аналогия с «white tornado» («белым торнадо») в оригинальном слогане воспринимается как метонимия только в западной культуре, и, если бы этот риторический элемент был переведен дословно, для турецкого потребителя он не имел бы смысла. По этой причине была подобрана аналогия, понятная целевой аудитории. Слоган был надлежащим образом адаптирован к турецкому потребителю, и перевод достиг своей цели.

Рекламный слоган Caterpillar.

Оригинальный слоган: «Today's work, Tommorrow's world» (фигура повтора).

Турецкий перевод: «Nerde hareket. Orda bereket» (фигура повтора).

Этот перевод можно назвать культурной адаптацией и довольно свободной интерпретацией, в котором применяется аналогичная фигура повтора, но значение передается фразой, характерной для целевой культуры. Пример создания успешного эквивалента рекламного текста, соответствующего цели и образу продукта.

Рекламный слоган компании Beck.

Оригинальный слоган: «Live or exist, you have the key» (резонанс, метафора).

Перевод на турецкий: «Şehir seni becks'liyor, anahtarı sende» (резонанс, игра слов).

Слоган пивной марки Beck похож на предыдущий, он связан с логотипом ключа на этикетке продукта. Кроме того, фраза «Live or exist» является устойчивым выражением на английском языке и подчеркивает разницу между существованием, простым присутствием жизни и вкусом к ней. Поскольку эта фраза не может быть полноценно переведена на турецкий язык, значение полноты жизни было заключено в слово «şehir» (город), чтобы создать аналогию с активной ночной жизнью. Кстати, название продукта также звучно напоминает слово «ждать» (beck – beklemek – ждать), поэтому использовалась игра слов, а корреляция с ключом и логотипом была переведена точно так же. Как видно, могут быть случаи, когда в одном случае может быть несколько вариантов перевода, и переводчик принимает необходимое решение, необходимое для обеспечения наиболее эффективного и оптимального результата. Количество символических фигур и аналогий в переводе сохраняется или даже увеличивается, что делает девиз еще более многозначным. С другой стороны, в этом примере показано, что слова, дословный перевод которых не может быть культурно эквивалентным, компенсируются при помощи иной риторической фигуры. Выбирается значение, которое передает наиболее важные с экономической точки зрения характеристики.

Рекламный слоган компании Tefal.

Оригинальный слоган: «Ideas you can't live without» (фигуральное выражение, гипербола).

Перевод на турецкий: «Ne varsa sende var» (фигуральное выражение, метафора).

В рекламном слогане бытовой техники Tefal есть звуковая итерация, снабжённая как гиперболой, так и повторением звука «t».

Оригинальная фраза «Идеи, без которых невозможно представить жизнь» была заменена фразой «У тебя есть всё, что можно представить», укоренившейся в турецком языке. Благодаря такому решению образ продукта не сильно изменился, хотя вместо уничижительной реплики была предложена более нейтральная фраза. Кроме того, метафора, использованная в переводе, наиболее точно отражает суть слогана, так как сообщает о наличии у покупателя всего вместо отсутствия всего.

Рекламный слоган компании Ruffles.

Оригинальный слоган: «R-R-Ruffles have ridges!» (отражение, повторение).

Перевод на турецкий: «PTırtı Tırtı tırtıklı patates cipsi» (отражение).

Слоган картофельных чипсов марки Ruffles был создан с применением фигуры, отражающей внешний вид продукта. Звуковой эффект, передающий «зазубренность» изделия, обеспечивается акцентированным повторением буквы «r», в то время как этот же звук повторяется в других словах, выбранных для слогана. В турецком варианте выбор слова не был аналогичен оригиналу, название продукта не упоминается, только его состав. Однако акцент на звуке «r» был обеспечен словом «Tırtıklı», и фигура отражения уцелела. Таким образом, самые важные элементы слогана были сохранены и привлекли внимание покупателей.

Рекламный слоган компании Citroen.

Оригинальный слоган: «Alive with technology» (игра слов).

Перевод на турецкий: «Teknoloji aşka geldi» (метафора, повторение).

В рекламном слогане «Citroen» представлена игра слов. Слово «Alive», которое на английском имеет несколько значений, может подразумевать как динамичность и серийность автомобиля с его технологией, так и то, что люди, которые его используют, оживают и полны жизни, используя эту технологию. Это довольно выразительный и насыщенный слоган. В одном предложении, составленном с помощью игры слов, удалось подчеркнуть как особенности продукта, так и его влияние на потребителей. Турецкий перевод слогана придерживается темы технологии, но выражение жизненной силы передается через фразу «aşka gelmek» (влюбиться), здесь появляется чистая турецкая метафора. Также использовано повторение звука «i», которого нет в оригинальном варианте. Если бы был сделан простой семантический перевод, то исчез бы креативный элемент, обеспечиваемый игрой слов, а сам слоган потерял бы свою привлекательность.

Рассмотренные нами примеры перевода рекламных слоганов, ориентированных на целевой язык, демонстрируют использование различных методов, начиная от переноса и заканчивая адаптацией. Учитывая цели рекламных слоганов, каждый из них может применяться с большим или меньшим успехом. Однако наиболее успешными и эффективными представляются переводы, в которых, при условии сохранения смысла, применяются фигуральные выражения и игра слов. Как отмечает в своем исследовании Карен Смит, при использовании методов, ориентированных на определенный язык, переводчики вольны создавать чувствительные к целевой культуре слоганы, используя разнообразные риторические приемы [15, с. 249].

Заключение

Перевод рекламы относится к категории переводов, выходящих за рамки одного языка и одной культуры. В пределах, установленных этой категорией, переводчик несет ответственность за передачу рекламы целевой аудитории в соответствии с ее назначением. Поэтому он должен обладать знаниями и компетенциями междисциплинарного характера. Чтобы успешно выполнить свою задачу, переводчику необходимо проработать значительный объем данных не только в области маркетинга и коммуникации, но и геополитики и этнологии. По словам Арманда Маттеларта: «Переводчику не нужна международная реклама, чтобы жить, но международной рекламе нужен переводчик, чтобы оставаться на плаву» [9]. Не будет ошибкой утверждать, что переводчики рекламы играют пусть небольшую, но важную роль в процессе глобализации.

Деятельность по созданию эквивалентных рекламных слоганов на другом языке более эффективна, если осуществлять переводы в рамках стратегий, ориентированных на целевой язык. Это означает, во-первых, передачу смыслов в соответствии с социокультурными и мировоззренческими факторами; во-вторых, реализацию индивидуальных переводческих подходов для каждого конкретного случая, учитывающих как специфику самого бренда, так и особенности целевой аудитории.

Литература

1. Матыченко Ю.В. Способы передачи средств языкового воздействия при переводе рекламного слогана // Trends In The World Of Science: Сборник научных трудов по материалам III Международной научно-практической конференции. 2019. С. 31 – 34.
2. Переводческий дискурс: междисциплинарный подход: материалы II международной научно-практической конференции, Симферополь, 26-28 апреля 2018 г. / гл. ред. М.В. Норец. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2018.
3. Попкова А.О. Специфика рекламных слоганов и их перевода // Устойчивое развитие науки и образования. 2020. № 3 (42). С. 36 – 41.
4. Сайфутдинова А. Основные сложности перевода и ошибки в переводе рекламных слоганов // Альманах мировой науки. 2019. № 1 (27). С. 38 – 39.
5. Belch G.E. Belch M.A. Introduction to Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communications. Homewood, IL: Irvin, 1993.
6. De Mooij M. Advertising Worldwide: concepts, theories and practice of international, multinational and global advertising / 2nd ed. UK: Prentice Hall International, 1994.
7. Deleyen Brower R.A. On Translation. Harvard: University Press, 1959.
8. Koller W. Einführung in die Übersetzungswissenschaft. Wissenschaft: Weibelsheim, Quelle und Meyer Verlag, 2001.
9. Mattelart A. L'internationale Publicitaire. Paris: La Découverte, 1989.
10. Newmark P. A Textbook of Translation. Hemel Hempstead: Prentice-Hall, 1988.
11. Newmark P. Approaches to Translation. Oxford: Pergamon Press Ltd, 1981.
12. Nida E. A. Toward a science of Translating. Leiden: E.J. Brill, 1964.
13. Nida E. Bible Translating. New York : American Bible Society, 1947.
14. Pym A. The Relations Between Translation and Material Text Transfer // Target. 1992. № 4 (2).

15. Smith K. By Any Other Name – A Study of Brand Name Transfer from English-Language to Russian-Language Printed Advertisements // *Languages in Contrast*. 2008. № 6 (1).
16. Smith V. Klein-Braley C. Advertising – A Five-stage Strategy for Translation // *Translation as Intercultural Communication*. 1997. P. 173 – 184.
17. Zimmer R. Probleme der Übersetzung formbetonter Sprache; Ein Beitrag zur Übersetzungskritik. Tübingen: Max Niemeyer, 1981.

References

1. Matychenko Ju.V. Sposoby peredachi sredstv jazykovogo vozdejstvija pri perevode reklamnogo slogana. Trends In The World Of Science: Sbornik nauchnyh trudov po materialam III Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. 2019. S. 31 – 34.
2. Perevodcheskij diskurs: mezhdisciplinarnyj podhod: materialy II mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii, Simferopol', 26-28 aprelja 2018 g. gl. red. M.V. Norec. Simferopol': IT «ARIAL», 2018.
3. Popkova A.O. Specifika reklamnyh sloganov i ih perevoda. Ustojchivoe razvitie nauki i obrazovanija. 2020. № 3 (42). S. 36 – 41.
4. Sajfutdinova A. Osnovnye slozhnosti perevoda i oshibki v perevode reklamnyh sloganov. Al'manah mirovoj nauki. 2019. № 1 (27). S. 38 – 39.
5. Belch G.E. Belch M.A. Introduction to Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communications. Homewood, IL: Irvin, 1993.
6. De Mooij M. Advertising Worldwide: concepts, theories and practice of international, multinational and global advertising. 2nd ed. UK: Prentice Hall International, 1994.
7. Deleyen Brower R.A. On Translation. Harvard: University Press, 1959.
8. Koller W. Einführung in die Übersetzungswissenschaft. Wissenschaft: Weibelsheim, Quelle und Meyer Verlag, 2001.
9. Mattelart A. L'internationale Publicitaire. Paris: La Découverte, 1989.
10. Newmark P. A Textbook of Translation. Hemel Hempstead: Prentice-Hall, 1988.
11. Newmark P. Approaches to Translation. Oxford: Pergamon Press Ltd, 1981.
12. Nida E. A. Toward a science of Translating. Leiden: E.J. Brill, 1964.
13. Nida E. Bible Translating. New York : American Bible Society, 1947.
14. Pym A. The Relations Between Translation and Material Text Transfer. Target. 1992. № 4 (2).
15. Smith K. By Any Other Name – A Study of Brand Name Transfer from English-Language to Russian-Language Printed Advertisements. *Languages in Contrast*. 2008. № 6 (1).
16. Smith V. Klein-Braley C. Advertising – A Five-stage Strategy for Translation. *Translation as Intercultural Communication*. 1997. P. 173 – 184.
17. Zimmer R. Probleme der Übersetzung formbetonter Sprache; Ein Beitrag zur Übersetzungskritik. Tübingen: Max Niemeyer, 1981.

*Mavlyautdinov I.S., Candidate of Sociological Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Kazan (Volga Region) Federal University,
Nurullina R.V., Candidate of Sociological Sciences (Ph.D.),
St. Petersburg State Forest Technical University named after S.M. Kirov,
Khabibullina E.K., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Kazan (Volga Region) Federal University*

Translation of speech turns in advertising slogans: target language-oriented strategy

Abstract: in order for advertising to achieve its goal, advertisers prefer to use clear language that is memorable, eye-catching and arouses the consumer's desire to purchase the product. Advertising slogans are considered to be the most effective linguistic tool in an advertising message. At the same time, the advertising language, decorated with various linguistic means, is difficult to be translated, there are inevitably contradictions between the form and content of the text.

The article is based on the materials of the author's research of translation approaches and ways of transferring speech turns in modern advertising slogans. The aim of the research: to identify, define and experimentally test the effectiveness of current methods and strategies of advertising translation taking into account the socio-cultural and ideological characteristics of each culture. Examples of semantic and communicative strategies focused on the target language, which are implemented in the form of idiomatic translation, free translation and adaptation, are selected for analysis.

Practical significance of the study. The results obtained in the course of the study can find application in lecture and practical courses in comparative linguistics, linguocultural studies, intercultural communication, lexicology, translation studies, linguistics. The materials may also be useful for the development of modern problems of translation studies and intercultural interaction.

Keywords: advertising slogan, linguistic means, rhetorical figures, translation strategy

For citation: Mavlyautdinov I.S., Nurullina R.V., Khabibullina E.K. Translation of speech turns in advertising slogans: target language-oriented strategy. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 88 – 94.

Received: July 23, 2023; Revised: August 13, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Халютина М.Е., кандидат филологических наук,
Институт стран Азии и Африки,
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова*

Функционально-стилистические особенности текстов востоковедной тематики научного и публицистического стилей

Аннотация: функциональный стиль представляет собой сложное и неоднородное явление, в рамках которого сочетаются признаки, принадлежащие разным языковым функциям. Цель настоящего исследования состояла в том, чтобы проанализировать языковой материал и выделить признаки разновидности функционального стиля каждого произведения. Для достижения поставленной цели были выбраны тексты сходной тематики, что позволило увидеть нарастание признаков одной функции и убывание другой. Актуальность исследования определена ограниченным количеством работ, которые используют категориальный метод для оценки функционально-стилистических свойств языкового материала. Категориальный метод учитывает как понятийные характеристики текста, так и языковые особенности для определения функционально-стилистической разновидности текста. В ходе исследования текстов, принадлежащих разным функциональным стилям, были выделены и подробно описаны понятийные и языковые особенности, определены разновидности научного и публицистического текстов в соответствии с существующими классификациями. На основании результатов категориального анализа были сделаны выводы о пригодности материала для развития различных навыков в рамках преподавания языка для специальных целей востоковедам.

Ключевые слова: функциональный стиль, категориальный метод, язык для специальных целей, научная речь

Для цитирования: Халютина М.Е. Функционально-стилистические особенности текстов востоковедной тематики научного и публицистического стилей // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 95 – 104.

Поступила в редакцию: 19 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 13 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Введение

Тезис о категориальной природе трихотомии функций языка был сформулирован в 60-ые годы 20 века. Впоследствии в результате целого ряда научных исследований в области стилистики научная мысль подошла к определению понятия «функциональный стиль», под которым стали понимать исторически сложившуюся систему речевых средств, используемых в той или иной сфере человеческого общения, разновидность литературного языка, выполняющего определённую функцию в общении [1]. Согласно классификации каждому функциональному стилю соответствовала одна функция. Считалось, что стилю научной литературы соответствует функция сообщения [2]. Эта классификация была усовершенствована на кафедре английской филологии филологического факультета МГУ. Согласно ей двумя важнейшими функциями языка были признаны сообщение и воздействие, а сущность функции общения состояла в единстве сообщения и воздействия.

На следующем этапе становления функциональной стилистики было установлено, что любой функциональный стиль представляет собой сложное и неоднородное явление. В рамках одного стиля могут сочетаться элементы, реализующие разные языковые функции. Так, функция общения онтологически присуща любому произведению речи. Тем не менее, сочетания элементов разных функций варьируется в разных произведениях. Таким образом, те пропорции, в которых элементы разных языковых функций присутствуют в текстах, составляют сущность каждого функционального стиля. Для того чтобы понимать, к какому стилю отнести то или иное произведение, необходимо выяснить соотношение признаков различных функций.

Каждый функциональный стиль обладает набором инвариантных признаков, относящихся как к языковым свойствам текста, так и к понятийным. Вместе с тем в текстах содержатся вариативные признаки, присутствующие в отдельных его разновидностях, но не являющиеся инвариантными для стиля в целом. Понимание того, какие признаки относят текст к научному или публицистическому стилю, или выводят текст за границы этих стилей, помогает практикующему филологу производить отбор текстов для преподавания языка для специальных целей (LSP). В добавление к этому, в рамках профессионально ориентированного

преподавания это позволяет производить оценку материала для решения задач по развитию навыков различных видов речевой деятельности.

Цель исследования состояла в том, чтобы проанализировать тексты востоковедной направленности сходной тематики для определения функционально стилистических характеристик, отличающих текст научного стиля от текста публицистического стиля, а также для установления их прагмалингвистической пригодности.

Актуальность исследования определил интерес практикующих специалистов – филологов к критериям оценки прагмалингвистической пригодности языкового материала, поскольку количество методов оценки функционально-стилистических свойств произведений речи и работ, в которых показаны примеры такого анализа, ограничено.

Новизна исследования состояла в том, что в качестве материала для исследования были выбраны тексты разных функциональных стилей, но сходной тематики. Данный выбор материала сделал возможным отслеживание на конкретных примерах нарастания признаков функции воздействия в текстах научного стиля и убывание признаков функции сообщения в текстах публицистического стиля.

Методы исследования. Языковой материал исследован с использованием **категориального метода**, принимающего во внимание понятийные и языковые свойства текстов для выявления особенностей, которые отличают тексты разных функционально-стилистических разновидностей друг от друга. Также были применены общенаучные методы описания, сравнительного, количественного и качественного анализа текстового материала.

В ходе исследования текстового материала было выявлено наличие языковых единиц, присутствие которых связано с понятийной направленностью материала, и тех, которые функционируют в тексте на структурном уровне, вне зависимости от его понятийной направленности [2], а также на основании проведённого анализа и существующих классификаций произведений речи научного и публицистического стилей было определено место каждого текста на условной шкале функций языка, на которой слева располагаются произведения речи, в которых преобладает функция сообщения, а справа те, в которых возрастают признаки функции воздействия. Таким образом, место каждого произведения речи на оси функций языка и, следовательно, их функционально-стилистическая разновидность была определена путём подробного описания и классификации понятийных и языковых особенностей каждого произведения речи.

Материалом для исследования послужили тексты из учебного пособия для востоковедов «Diving into the Asian and African World. Part 2. China» [4]. Для исследования были выбраны тексты о Шёлковом пути, размещённые в разных частях учебного пособия: “The Silk Road is not a real road” из основной части, рассчитанной на все уровни подготовки обучающихся; текст “Silk Road”, из раздела «Diving deeper into China» для студентов продвинутого уровня.

Текст научного стиля

В первой части исследования был осуществлён анализ статьи

The Silk Road is not a real road

Many people think the Silk Road is a real road from China to the West. Actually, the term "Silk Road" was invented by a German mapmaker and traveler Ferdinand von Richthofen who was making a map of Asia in 1877. The term was only translated into Chinese in the 1930s and it gradually caught on. The "Silk Road" actually just refers to the network of trading routes that connected China and other ancient kingdoms linking China with the West, that carried goods and ideas between the two great civilizations of Rome and China. The Silk Road derives its name from the highly lucrative trade of silk textiles that were produced almost exclusively in China. The network began with the Han dynasty's expansion into Central Asia around 114 BCE, which largely pacified the once untamed region. Imperial envoy Zhang Qian, who was commissioned to explore the unknown lands beyond the region in search of potential allies, found the already-existing trade networks. His goal was to collect military intelligence for the Emperor, not start a trading route.

Meanwhile, silk went westward, and wools, gold, and silver went east. China also received Nestorian Christianity and Buddhism (from India) via the Silk Road.

Originating at Xi'an (Sian), the 4000-mile (6,400-km) road, actually a caravan tract, followed the Great Wall of China to the northwest, bypassed the Takla Makan Desert, climbed the Pamirs (mountains), crossed Afghanistan, and went on to the Levant; from there the merchandise was shipped across the Mediterranean Sea. Few persons traveled the entire route, and goods were handled in a staggered progression by middlemen. With the gradual loss of Roman territory in Asia and the rise of Arabian power in the Levant, the Silk Road became increasingly unsafe and untraveled. In the 13th and 14th centuries the route was revived under the Mongols.

Part of the Silk Road still exists, in the form of a paved highway connecting Pakistan and the Uygur Autonomous Region of Xinjiang, China [4, с. 31-32].

В ходе анализа понятийной характеристики текста было установлено, что текст содержит фактический материал о происхождении термина 'the Silk Road', исторические факты о его местоположении, функциях и роли.

К разряду специальных терминов было отнесено сочетание 'the Silk Road', характеризующееся глобальностью номинации.

Самую многочисленную группу существительных составили слова, употребление которых понятийно обусловлено. Тематически они были разделены на три семантические группы: «география», «путешествия» и «торговля».

Так, к первой группе существительных были отнесены географические названия: 'China', 'Asia', 'Rome', 'Xi'an', 'Pamirs', 'Afghanistan', 'Levant', 'Pakistan', 'Xinjiang'. Среди имён существительных нарицательных к данному семантическому полю были отнесены: road, map, route, kingdoms, region, lands, tract, mountain, highway, territory. Все нарицательные существительные употреблены в прямых значениях, образуя логические, а не идиоматические связи с другими словами. Таким образом, имена существительные реализовали свои терминологические значения, которые существенным образом отличаются от общеязыкового использования слов. При сравнении функционирования этих слов с общеязыковым употреблением обнаружены другие оттенки значений. (We had plenty of time, so we took the scenic route. She seems to regard this part of the office as her territory. The county has small towns and villages and large tracts of moorland [5])

Вторая группа понятийно обусловленных существительных связана с путешествиями и открытиями. Среди существительных выделены как имена собственные – 'Ferdinand von Richthofen', 'Zhang Qian', так и нарицательные – 'mapmaker', 'traveler', 'envoy'. К третьей группе относятся 'goods', 'trade', 'textiles', 'silk', 'wools', 'silver', 'gold', 'merchandise', 'middlemen'. Как видно из анализа имён существительных количество элементов в каждой понятийной группе не превышает десяти слов, если не учитывать имена собственные.

Также в тексте были обнаружены общенаучные или общеязыковые слова, употребление которых не связано с понятийной сферой. Например, 'term', 'name', 'goal', 'part'. Данные слова не употреблены в составе фразеологических оборотов или в сочетании с описательными или понятийно обусловленными прилагательными, их контекстуальные связи ограничиваются сочетаемостью с общенаучными глаголами (the term was invented, the term was translated, derives its name) или со специальным термином (part of the Silk Road).

Среди моделей сочетаемости существительных в ходе исследования было уделено внимание модели «существительное + существительное» – сочетание понятийно обусловленного и терминологического слова: 'silk textiles', 'trade routes', 'caravan tracts'.

Далее были проанализированы прилагательные, функционирующие в тексте. К понятийно обусловленным сочетаниям с прилагательными были отнесены географические названия: 'Central Asia', 'the Great Wall of China', 'the Tekla Makan Desert', 'the Mediterranean Sea', 'the Uygur Autonomous Region'.

Среди сочетаний терминологических существительных с описывающими прилагательными встретились следующие: 'a real road', 'untamed region', 'unknown lands', 'entire routes', 'already-existing networks', 'paved highway'.

К сочетаниям прилагательного, углубляющего родовидовые понятие и терминологического существительного, были отнесены: 'ancient kingdoms', 'lucrative trade', 'imperial envoy'.

Сочетание понятийного прилагательного и существительного представлено фразой: 'trading route'.

При рассмотрении особенностей функционирования глаголов было обращено внимание на полноценную предикацию и преобладание сложноподчинённых предложений и простых предложений с придаточными определительными. Соотношение форм действительного и страдательного залога составило 3:1.

В отличие от существительных количество специальных глаголов ограничилось глаголами 'to explore', 'to pacify', 'to collect' в составе сочетания «глагол + дополнение» – 'to explore the unknown lands', 'to pacify the untamed region', 'to collect military intelligence'.

Гораздо более многочисленной оказалась группа многозначных понятийно обусловленных глаголов, которые реализовали только одно значение: 'to link', 'to find', 'to follow', 'to bypass', 'to climb', 'to ship', 'to carry', 'to cross', 'to connect'. Типичной моделью сочетаемости с другими словами признана модель «глагол + дополнение»: 'to follow the Great Wall of China', 'to bypass the Tekla Makan Desert', 'to climb the Pamirs', 'to cross Afghanistan', 'to be shipped across the Mediterranean Sea', 'to carry goods', 'to find the already-existing trade networks', 'to collect military intelligence'. В большинстве случаев понятийно обусловленные глаголы сочетаются с географическими названиями или понятийно обусловленными словосочетаниями.

В тексте обнаружен один случай синонимического использования глаголов 'to link' и 'to connect' (...the network of trading routes linking China with the West / ...a paved highway connecting Pakistan and The Uygur Autonomous Region, что было отнесено к вариативным чертам текста этой функционально-стилистической разновидности. Других примеров проявления синонимии не обнаружено.

В тексте были выявлены другие модели сочетаемости глаголов. Например, «общенаучный глагол + существительное»: ‘to refer to the network; ‘to invent a term’, ‘to translate a term’, ‘to commission an envoy’;

«общезыковой глагол + существительное»: ‘to make a map’, ‘to start a trading route’; ‘to produce silk textiles’, ‘to handle goods’;

«общезыковой глагол + прилагательное»: ‘to become unsafe and untraveled’.

Кроме случая синонимии к вариативным характеристикам текста было отнесено сочетание ‘to carry ideas’, в котором глагол реализует одно из многочисленных значений: ‘If something carries a person or thing somewhere, it takes them there’, зафиксированное в Collins online dictionary [6].

Кроме этого зафиксировано два случая использования фразовых глаголов ‘to catch on’ (‘the term ... gradually caught on’) и ‘to go on’ (‘the road ... went on to the Levant’).

Что касается особенностей функционирования наречий, то было зафиксировано три группы:

«понятийные наречия»: ‘westward’ (silk went westward’), ‘east’ (‘silver went east’);

«усилительные наречия»: ‘gradually’ (it gradually caught on’), ‘highly’ (‘highly lucrative trade of silk textiles’), ‘increasingly’ (‘became increasingly unsafe’).

«общезыковые наречия»: ‘only’, ‘almost’, ‘still’, ‘actually’.

Функционирование наречий было также отнесено к вариативным чертам, так как для инвариантной основы научного стиля характерно отсутствие наречий.

Результаты анализа понятийных и языковых характеристик текста показали, что выделенные черты соответствуют критериям текстов научного стиля речи. Энциклопедические тексты отличаются от дефиниций толковых словарей наличием полноценной предикации, и наметившимся присутствием некоторого количества вариативных черт, что естественно при движении текстового материала в сторону усиления функции общения. Однако вариативные признаки обнаружены в единичных проявлениях и не составили критической массы, что в целом не даёт оснований для квалификации текста как примера «стилистически нейтрального научного стиля» – разновидности занимающей следующую ступень в классификации произведений научного стиля речи. Таким образом, в ходе исследования текст “The Silk Road is not a real road” отнесён к разряду «энциклопедических текстов» научного стиля.

Квалификация текста как произведения, находящегося на условной оси функций языка ближе к образцам инвариантной основы научного стиля, позволила рекомендовать его в качестве материала для изучения научного стиля в целом, а также использовать для развития навыков академического чтения и говорения.

Текст публицистического стиля

Далее была проанализирована статья «The Silk Road» Джима Дауна, которая представляет собой образец публицистического стиля. Статья ранее была опубликована на сайте издания newfinder.org. Следует обратить внимание на тот факт, что в рамках публицистического стиля также существуют разновидности, выделенные А.А. Липгартом и В.В. Хуриновым в совместном исследовании, посвящённом функциональным стилям английского языка. По классификации исследователей публицистические тексты подразделяются на директивные, констатирующие, описывающие и аналитические [3, с. 81]. Для инвариантных черт публицистического стиля характерно значительное количество и многообразие признаков функции воздействия. По мере уменьшения таких черт и увеличения признаков функции сообщения, а также увеличения числа лексических единиц специального характера и наличие единого и связанного поля понятийно обусловленных слов тексты публицистического стиля могут максимально близко располагаться на оси функций языка к текстам научного стиля. Тем не менее, присутствующие в таких текстах маркированные элементы, типичные для средств функции воздействия позволяют отличить примеры одного стиля от другого.

Прежде чем в исследовании были описаны особенности функционирования частей речи, проанализирован синтаксис текста.

В публицистической статье “Silk Road”, состоящей из 1609 слов, по сравнению с 326 словами в энциклопедической статье, были выделены разнообразные синтаксические конструкции, черта, отличающая исследуемый текст от энциклопедической статьи. Например,

сложноподчинённые предложения: ‘There are no records of Roman traders being seen in Changan, though their goods were appreciated in both places’. ‘However, these fortifications were not all as effective as intended, as the Chinese lost control of sections of the route at regular intervals’. ‘Despite the presence of the Mongols, trade along the Silk Road never reached the height that it did in the Tang dynasty’. ‘This emerged after various countries started to explore the region’;

причастные и герундиальные обороты в различных синтаксических функциях: ‘precious goods crossing this area’, ‘a term coined by the German scholar’, ‘this was partially overcome by building forts and defensive walls along the route’, ‘interest in expanding their territories’.

К элементам функции воздействия в синтаксическом плане автор исследования отнесла эмфатические усилительные конструкции: **'It was at this time that ...'**;

сравнительные конструкции: **'... fortifications were not as effective as intended...'**, **'to discover as much as possible about the old Buddhist culture'**, **'can still be seen as far as ...'**;

безличные конструкции: **'It is often thought that...'**, **'It is likely that...'**; сослагательное наклонение: **'It could not have been produced by this relatively unsophisticated people'**, **'this would obviously have been in the interests of the Parthians'**;

конструкция «сложное подлежащее»: **'Kubilai Khan is reported to have been quite sympathetic to most religions...'**, **'Franciscan friars who are reported to have visited the Mongolian city of Karakorum'**, **'...they do not seem to have made many converts'**;

инверсию: **'...who took as large a profit as they could'**,

словозамещение: **'...trade along the Silk Road never reached the heights that it did in the Tang dynasty'**;

возвратные местоимения в эмфатическом значении: **'the name "Silk Road" itself does not originate from the Romans'**.

Характеристикой, приближающей публицистическую статью к образцам научного стиля, стало примерно одинаковое соотношение форм действительного и страдательного залогов, 3:1 (92 и 29, соответственно).

К числу понятийно обусловленных сочетаний с существительными – географическими названиями, характеризующимися глобальностью номинации (кроме **'the Silk Road'**), были отнесены: **'the Great Wall of China'**, **'the Great Goose Pagoda'**.

В понятийном плане выделены лексические единицы, относящиеся к следующим основным темам: «география», «торговля», «путешествия / исследования» – характеристика, сходная с энциклопедической статьёй.

К понятийно обусловленным географическим названиям добавились названия, не упоминавшиеся в предыдущем тексте: **'the Gansu Corridor'**, **'Yumen Guan'**, **'Jiayuguan'**, **'Changan'**, **'Tibet'**, **'Karakorum'**, **'Venice'**, **'Persia'**, **'Khotan'**, **'Khanbalik'**, **'Xanadu'**.

В семантическом поле «география» выделены такие существительные как **'road'**, **'route'**, **'terrain'**, **'mountains'**, **'capital'**, **'region'**, **'way'**, **'city'**, **'(the) west'**, **'lands'**, **'path'**, **'desert'**, **'countries'**, **'territories'**.

К понятийно обусловленным существительным по теме «торговля и товары» относятся: **'silk'**, **'commodities'**, **'gold'**, **'ivory'**, **'goods'**, **'money'**, **'markets'**, **'trade'**, **'price'**, **'cost'**; **'stones'**, **'glass'**, **'metals'**, **'furs'**, **'ceramics'**, **'jade'**, **'bronze'**, **'lacquer'**, **'objects'**, **'middlemen'**, **'profit'**, **'change'**, **'merchant'**, **'businessman'**, **'traders'**.

Тема «путешествия / исследования» представлена существительными: **'caravans'**, **'traveller'**, **'journey'**, **'visitor'**, **'observer'**, **'expedition'**, **'cartographer'**, **'explorer'**, **'travels'**, **'explorations'**, **'archeologists'**, **'find'**.

В целом состав тематических групп многочисленнее, чем в энциклопедической статье.

Кроме того в статье обнаружены тематические группы существительных, связанные с войной, возведением оборонительных сооружений, с периодами развития государства, религиями, культурой, политикой. Присутствие гораздо большего по сравнению с энциклопедической статьёй разброса понятийно обусловленной лексики и наличие разветвлённой тематической структуры свидетельствует в пользу инвариантной характеристики текста публицистического стиля речи. На данный инвариантный признак многократно указывали исследователи публицистического стиля [3], причём именно эта черта сохраняется вне зависимости от расположения текста на условной оси функций языка и в классификации публицистических текстов.

К другим инвариантным характеристикам относятся идиоматические сочетания общеязыковых существительных в следующих моделях:

«предлог + существительное (+ предлог)»: **'for the purpose of'**; **'at cost of'**; **'in the interests of'**; **'in addition to'**; **'on ... return to'**; **on ... way to, by sea, by water, at this time'**;

«предлог + прилагательное + существительное»: **'at a lower price'**; **'in the opposite direction'**; **'at regular intervals'**; **'for a long period'**; **'in small quantities'**.

«существительное + предлог + существительное»: **change of hands; side by side'**;

В ходе анализа были обнаружены примеры идиоматических сочетаний с глаголами:

«существительное + многозначный глагол»: **'to make money'**, **'take advantage'**; **'to make a trip'**, **'take a profit'**; **'to cause problems'**; **'to lose control'**; **'to take part'**; **'make headway'**; **'to reach the heights'**; **'to follow suit'**, **'to come to a close'**, **'to bring to an end'**, **'to open fire'**.

В добавление к тому факту, что словосочетание **'trade route'** было квалифицировано как понятийно обусловленное, в ходе исследования было выяснено, что оно относится к числу устойчивых идиоматических сочетаний, зафиксированных в Oxford Learner's Dictionaries. **'Trade route'** определено как **'(in the past) the route that people buying and selling goods used to take across land or sea'** [5].

Далее прослежен характер сочетаемости понятийно обусловленных существительных и выделены типичные модели в добавление к уже описанным выше отдельным примерам:

«понятийное сущ. + понятийное сущ.»: ‘trade route’, ‘bronze objects’; ‘land route’;

«понятийное сущ. + предлог + понятийное / спец. сущ.»: ‘lands of the Seres’, ‘city of Karakorum’, ‘court of Kubilai Khan’, ‘disintegration of the ... empire’, ‘revival of Islam’, ‘demise of the Silk Road’, ‘explorations of archaeologists’;

«понятийное сущ. + общеязыковое сущ.»: ‘silk people’, ‘trade missions’;

«прилагательное + понятийное сущ.»: ‘precious goods’, ‘precious commodities’, ‘defensive walls’, ‘earlier dynasties’, ‘outward journey’, ‘individual states’, ‘Buddhist scriptures’, ‘southern route’, ‘different regions’, ‘different creeds’, ‘most popular religion’, ‘Catholic arch-bishopric’, ‘Nestorian church’, ‘Franciscan friars’, ‘Mongolian city’, ‘Northern European traders’, ‘most well-known and best documented visitor’, ‘good businessman’, ‘keen observer’, ‘promising new markets’, ‘western scholars’, ‘various countries’, ‘Indian territories’, ‘accomplished cartographer’, ‘most renowned explorers’, ‘local legends’, ‘ancient cities’, ‘ruined cities’, ‘biggest find’, ‘old Buddhist culture’, ‘western archaeologists’.

В примерах употреблены описательные, понятийно обусловленные, и уточняющие прилагательные. Классификация прилагательных осуществлена далее при анализе из функционирования.

Среди сочетаний понятийных существительных одной из самой многочисленных моделей является «глагол + понятийное существительное», выступающее в функции прямого дополнения. В составе сочетаний присутствуют примеры сочетаемости с глаголами разных групп, а именно со специальными глаголами, понятийно обусловленными, общеязыковыми и общенаучными. Например, ‘to encounter goods’, ‘to explore the route’, ‘to obtain silk’, ‘to carry gold’, ‘to plunder caravans’, ‘to police the route’, ‘to obtain scriptures’, ‘to follow the route’, ‘to record cultures and styles’, ‘to house scriptures’, ‘to populate cities’, ‘to make converts’, ‘to visit the city’, ‘to transport goods’, ‘to pass ... markets’, ‘to become one of the explorers’, ‘to explore the region’, ‘to discover cities’, ‘to remove manuscripts’.

При анализе характера функционирования прилагательных, было обнаружено сочетание «added cost», которое можно было бы принять за специальный термин. Однако в словаре экономических терминов зафиксировано сочетание «added value/ value added», имеющее значение “contribution made to the final value of a good at each stage of production. Defined as the value of the firm’s output minus the value of all its inputs purchased from other firms” [7]. Так как текст не связан с описанием экономических проблем, а описывает торговлю на Шёлковом пути (Caravans of goods needed their own defense, and this was an **added cost** for merchants making trips), исследование констатировало, что употребление носило ироничный характер, тем не менее, часть значения оригинального термина «value added» была вложена в значение свободного словосочетания уточняющего прилагательного с понятийным существительным.

Другим проявлением авторского стиля и стилистической маркированности текста стало функционирование субстантивированного сочетания «free-for-all», экспрессивное значение которого усилено употреблением со специальным прилагательным ‘archaeological’, что создало ироничный эффект.

Далее в исследовании проанализировано функционирование прилагательных, среди которых сразу было выделено идиоматическое сочетание адverbального характера ‘in particular’, означающее ‘especially or particularly’ [5]. Другим фразеологизмом стало сочетанное ‘due to’, в словаре Collins COBUILD его значение определено следующим образом: “If an event is **due to** something, it happens or exists as a direct result of that thing [6].

Ранее уже были описаны сочетания понятийно обусловленных существительных с прилагательными. В данной части произведён анализ всех оставшихся сочетаний модели «прилагательное + существительное»:

В тексте обнаружено некоторое количество специальных прилагательных, углубляющих родовидовые признаки и входящих в состав модели «уточняющее прилагательное + сущ.»: Например, ‘ancient Silk Road’, ‘...own agents’, ‘German scholar’, ‘defensive walls’, ‘northern side’, ‘internal stability’, ‘individual states’, ‘southern route’, ‘northern branch’; ‘classic “Tales of Journey”, ‘religious liberalism’, ‘southern branch’, ‘present-day Beijing’, ‘isolationist policies’, ‘western scholars’, ‘foreign involvement’, ‘local legends’, ‘ancient cities’, ‘ancient manuscripts’, ‘principal players’, ‘political scene’, ‘anti-foreign hostility’.

Если из данного списка исключить сочетания с тематически обусловленными и специальными существительными, а также сочетания с такими понятийно обусловленными прилагательными как, например, ‘ancient’, ‘religious’ или ‘western’, ‘southern’, то оставшиеся сочетания относятся к разряду формальных: ‘isolationist policies’, ‘anti-foreign hostility’ или ‘internal stability’.

Единственным примером прилагательного, претендующего на некоторую степень стилистической маркированности, выступило сложное слово ‘present-day’, выполняющее атрибутивную функцию по отношению к специальному слову – географическому термину – Beijing.

Другая распространённая модель – «описательное прилагательное + существительное» - представлена словосочетаниями ‘exotic animals’, ‘world-famous Silk Road’, ‘small quantities’, ‘unsophisticated people’, ‘mysterious tribe’, ‘precious commodities’, ‘farthest extent’, ‘big problem’, ‘earlier dynasties’, ‘marauding people’, ‘different regions’, ‘different creeds’, ‘most popular religion’, ‘important influence’, ‘popular “Tales of Journey...”’, ‘partial unification’, ‘significant interaction’, ‘different regions’, ‘large number’, ‘different nationalities’, ‘most popular religion’, ‘long period’, ‘major cities’, ‘well-known and best documented visitor’, ‘good businessman’, ‘keen observer’, ‘promising new markets’, ‘renewed interest’, ‘accomplished cartographer’, ‘most renowned explorers’, ‘more desolated parts’, ‘ruined cities’, ‘biggest find’, ‘frenzied digging’.

Как и в предыдущей группе, подавляющее большинство прилагательных можно классифицировать как общеязыковые или общенаучные. К исключениям относится «frenzied», выступающее в функции определения к герундию. Oxford Learner’s Dictionary дал следующее определение слова: “involving a lot of activity and strong emotions in a way that is often violent or frightening and not under control” [5]. Однако более подходящее к контексту значение слова представлено в словаре Collins [6]: “wildly excited or enthusiastic”. Наиболее частотное употребление зафиксировано в публицистических текстах, о чём свидетельствуют примеры употребления. Например, “Yet that speech in Arizona led to frenzied speculation about a political career for her too. (TIMES, SUNDAY TIMES, 2016)” [6]; “Her film follows her character, Audrey, as an ordinary work trip to China descends into a frenzied search for her birth mother. (Ben Watts, *Women’s Health*, 15 June 2023) [8]. Таким образом, в тексте были реализованы инвариантные характеристики публицистического стиля, т.е. наличие стилистически маркированных лексических единиц, типичных для функции воздействия.

К модели «специальное прилагательное + сущ.» отнесены следующие словосочетания: ‘Buddhist scriptures’, ‘Catholic arch-bishopric’, ‘Nestorian church’, ‘Franciscan friars’, ‘Mongolian city’, ‘Northern European traders’, ‘Chinese traveler’, ‘early lamaist Buddhism’, а также выявлено несколько сочетаний, характеризующихся глобальностью номинации: ‘Mongol Empire’ и ‘Buddhist culture’; два географических названия, которые были упомянуты ранее при описании существительных. Так как в составе термина присутствуют прилагательные, они тоже были включены в эту группу: ‘The Great Wall of China’ и ‘the Great Goose Pagoda’.

Помимо сочетаний прилагательных с существительными в исследовании выделено некоторое количество сочетаний с глаголами – связками, в которых прилагательные выполняют синтаксическую функцию именной части составного именного сказуемого. Например: ‘to be the most remarkable’, ‘to become popular’, ‘to be not effective’, ‘to be less’, ‘to become important’, ‘to be open’, ‘to become easier and safer’, ‘to become stronger and more reliable’. Все прилагательные в модели относятся к описательным общеязыковым прилагательным. К стилистически маркированным элементам исследование отнесло только примеры употребления в сравнительной и превосходной степенях.

Следующий этап исследования коснулся особенностей функционирования глаголов и глагольных конструкций. В целом было зафиксировано присутствие подавляющего большинства общеязыковых глаголов и полное отсутствие терминологических и специальных глаголов. Обе характеристики считаются инвариантными для публицистического стиля. Исследователи А.А. Липгарт и В.В. Хуринов указывали на то, что «при анализе образцов публицистического стиля зачастую выделить понятийно обусловленные глаголы не представляется возможным, либо их количество единично» [3].

В ходе данного исследования удалось насчитать некоторое количество понятийно обусловленных глаголов: ‘trade / trade in’, ‘cross’, ‘to explore’, ‘to barter’, ‘to travel’, ‘to skirt’, ‘to visit’, ‘to discover’. Глагол “to skirt” обладает большей степенью стилистической маркированности, чем остальные глаголы [6]. В словаре Collins COBUILD зафиксировано значение “If you skirt something, you go around the edge of it”. Модель сочетаемости – «глагол + существительное», преобладающая в исследуемом тексте – признак, который был признан инвариантным для текстов научного стиля речи, однако эта модель распространена и в текстах публицистического стиля, поэтому отнести эту характеристику к вариативным чертам публицистического стиля нельзя.

В добавление к уже выделенным на этапе анализа существительных идиоматическим выражениям в статье были обнаружены характеристики, которые являются инвариантными для публицистического стиля. Автор статьи ‘The Silk Road’ употребил ряд маркированных глаголов для усиления экспрессивности произведения. Маркированность в данном случае состоит в том, что все они принадлежат стилям отличным от публицистического. Например, в выражении ‘to filter into Europe’, использован формальный глагол, но в переносном значении. В сочетании ‘to plunder caravans’ глагол характеризуется принадлежностью к художественному стилю [6].

Употреблённый в форме герундия глагол ‘to police’ (...policing this route became a big problem) был отнесён к маркированным проявлениям в рамках стиля. Несмотря на тот факт, что он является типичным для

публицистического стиля, степень его экспрессивности выше, чем использованные в этой же статье нейтральные общенаучные глаголы 'to protect' или 'to prevent'.

Примеры модели «глагол + прямое дополнение» были выделены при рассмотрении функционирования понятийных существительных. Среди других моделей были зафиксированы такие примеры:

«глагол + косвенное дополнение»: 'to come from a mysterious tribe', 'to originate from the Romans', 'to learn of the precious goods', 'to arrive at Kubilai's court', 'to owe ... to the development', 'to succumb to thirst', 'to chance upon such places', 'the city of Loulan from which he removed...';

«глагол + герундий»: 'to prevent from harming the trade', 'to succeeded in making a crossing'; 'to be made from trading',

«конструкции с инфинитивом»: 'came to refer to', 'was permitted to build', 'sent ... to explore', 'there was money to be made', 'to try to obtain', 'to try to prevent', 'crossed ... to obtain', 'do not seem to have made', 'are reported to have visited', 'the first Europeans to arrive...', 'was becoming ... easier and safer to transport'.

Среди единичных случаев функционирования фразовых глаголов выделен глагол "to take off", использованный в качестве синонима 'to start', 'to begin', (The study of the Silk Road **took off** ... in 1895). Другой пример фразового глагола – 'to run out', употреблённый в следующем контексте 'after their water had run out...'. На данном примере прослеживается употребление в переносном – метафорическом значении, которое зафиксировано в ВВІ Combinatory Dictionary of English под значением 17 [9].

К случаям синонимии относятся словосочетания 'started to explore = set out to explore', употреблённые в сходных контекстах в соседних параграфах.

В ходе исследования глаголов словосочетание 'to venture towards the lands of the Seres' было отнесено также к числу стилистически маркированных сочетаний, поскольку наречие направления 'towards' демонстрирует синтаксическую функцию сходную с предлогом направления 'to'.

При рассмотрении характера функционирования наречий было установлено присутствие различных групп наречий, что добавляет маркированности тексту и движению текстового материала к «правой границе» на оси функций языка, где расположены примеры текстов с возросшей долей черт функции воздействия.

При классификации наречий были выделены следующие группы:

наречия, уточняющие признак, выраженный прилагательным или адъективным причастием: 'relatively unsophisticated', 'partially overcome', 'particularly favoured';

наречия образа действия: 'reputedly learned', 'carefully recorded', 'travelled extensively', 'really took off', 'effectively brought ... to an end'; 'quickly became popular', 'quickly realised'; 'instantly created', 'quickly followed suit'; 'to transport goods ... overland';

наречия места: 'travelling up the Gansu Corridor';

наречия, указывающие на частоту действия: 'it is often thought', 'often changed hands', 'never reached', 'barriers rose again';

наречия времени: 'soon learned', 'first made headway', 'finally ending up...'; 'can still be seen', 'he is still seen', 'which at first the Mongols favoured', 'first ventured towards', 'and then along the southern branch'; 'then set out to explore', 'then the Japanese followed suit', 'existed long before';

наречия степени и меры: 'very small quantities', 'have mostly been assimilated', 'quite sympathetic', 'quite widespread', 'rather easier and safer', 'for nearly 60 years of war', 'were rather less', 'was due mostly to', 'owes much';

наречия степени уверенности: 'would obviously have been in the interests of...'; 'silk was perhaps the most remarkable', 'the earliest were probably Franciscan friars';

усилительные наречия: 'though only in very small quantities', 'the Romans also sent', 'even succeeded in ...'; 'were also a problem', 'well beyond the recognized beginning of the Great Wall', 'also populated', 'at the age of only seventeen', 'solely for the purpose of...'; 'only emerged';

соединительные наречия: however.

В добавление к выраженной маркированности текста на уровне наречий следует упомянуть об идиоматических выражениях адвербиального характера (by water, by sea), которые были выделены при классификации существительных в модели сочетаемости «предлог+ существительное».

Итак, опираясь на классификацию А.А. Липгарта и В.В. Хуринова, о которой было упомянуто в начале анализа публицистического текста, а также оценив понятийные и языковые свойства текста, исследование пришло к выводу, что статья относится к описательным публицистическим текстам.

Данная разновидность публицистического текста сочетает в себе как инвариантные черты стиля, так и черты маркированных текстов «2 уровня» научного стиля речи, в которых проявляются черты авторского стиля и присутствуют идиоматические и экспрессивные элементы. Эти особенности описательных публи-

цистических текстов позволяют рекомендовать материал студентам продвинутых уровней изучения языка для развития навыков чтения и говорения. Поскольку в тексте содержатся элементы стилистической маркированности и применяются лексические единицы всех функциональных стилей в разных пропорциях, для студентов продвинутых уровней данный материал будет представлять интерес не только в информационном плане, но и в языковом.

Результаты исследования

1. В результате функционально-стилистического анализа текста “The Silk Road is not a real road” было выделено одно терминологическое сочетание – ‘the Silk Road’; установлено, что большинство лексических единиц, включая имена собственные и географические названия, понятийно обусловлены. Тематически лексика делится на три семантические группы. Все части речи образуют логические, а не идиоматические связи с другими словами. Среди распространённых моделей сочетаемости выделены «сущ.+сущ», «прил.+сущ», «глагол + дополнение». На синтаксическом уровне текст характеризуется полноценной предикацией, наличием сложноподчинённых и простых предложений, доминированием форм действительного залога. В тексте зафиксированы единичные случаи синонимии и использования фразовых глаголов.

2. Функционально-стилистический анализ текста “The Silk Road” показал, что синтаксический план представлен многообразием конструкций, среди которых эмфатические усилительные конструкции, сравнительные конструкции, сослагательное наклонение, конструкция «сложное подлежащее». Нарастание экспрессивности проявилось в употреблении безличных пассивных конструкций, словозамещении и инверсии. Статья характеризуется тематическим разбросом, выделено три основные тематические группы лексических единиц и несколько второстепенных малочисленных групп. Характер функционирования всех частей речи показал увеличение числа моделей сочетаемости и групп существительных, прилагательных, глаголов и наречий. К инвариантным чертам стиля, проявившимся в тексте, исследование отнесло авторское варьирование, идиоматические сочетания, синонимию, метафорические значения слов. К вариативным чертам, проявляющимся в присутствии признаков функции сообщения, исследование отнесло совпадающее с текстами научного стиля количество форм действительного залога, применение нейтральных общеязыковых и общенаучных лексических единиц, наличие сочетаний, характеризующихся глобальностью номинации, присутствие понятийно обусловленных глаголов. Также к вариативным чертам были отнесены единичные случаи использования лексики художественного стиля.

Выводы

1. Основываясь на результатах функционально-стилистического анализа, текст “The Silk Road is not a real road” размещён на условной оси функций языка ближе к «левой границе» научного стиля. В исследованном тексте были обнаружены признаки, типичные для текстов, максимально близко располагающихся к инвариантной основе научного стиля, т.е. в «зоне» текстов энциклопедических словарей, характеризующихся наличием полноценной предикации, но не демонстрирующих никаких проявлений идиоматичности, экспрессивности или метафоричности. Черты, характерные для научных текстов с высокой концентрацией черт функции сообщения, проявились в анализируемом тексте в полной мере. Наличие незначительного количества вариативных черт не даёт оснований квалифицировать его как произведение иной разновидности научного стиля.

2. Учитывая понятийные и языковые особенности текста “The Silk Road”, в ходе исследования был сделан вывод о том, что расположение текста на условной оси функций языка определили доминирующие черты публицистического стиля и возросшее количество признаков функции воздействия, а также достаточное количество вариативных черт, типичных для функции сообщения. Взяв за основу классификацию А.А. Липгарта и В.В. Хуринова, и в соответствии с общей совокупностью признаков исследованная статья была отнесена к разновидности описательных публицистических текстов.

Литература

1. Халютин М.Е. Функционально-стилистическая неоднородность научной речи востоковедов (на примере английского языка): дис. ... канд. филолог. наук / Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. Москва, 2014. 258 с.
2. Виноградов В.В. Проблема авторства и теория стилей: монография. М.: Гослитиздат, 1961. 613с.
3. Липгарт А.А., Хуринов В.В. Функциональные стили современного английского языка. Наука и журналистика. М: Книжный дом «Либроком», 2013. 208с.
4. Воронцова М.В., Зиза М.В., Кононова Т.Л., Короновская И.В., Силаева О.Р., Халютин М.Е. «Diving into the Asian and African World. Part 2. China»: учебное пособие, [электронное издание сетевого распространения]. М.: «КДУ», «Добросвет», 2022. 184 с. URL: <https://bookonline.ru/node/48116>. doi: 10.31453/kdu.ru.978-5-7913-1257-0-2022-184

5. Oxford Learner's Dictionaries [electronic resource]: dictionary / Oxford University Press. 2023. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (last accessed 01.08.2023)
6. Collins Online Dictionary [electronic resource]: dictionary / HarperCollins Publishers. 2023. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/carry> (last accessed 01.08.2023)
7. Dictionary of Economic Terms [text]: dictionary / ed. Edward Robert Raupp and Danna Vance Raupp. Portsmouth, New Hampshire: Blue Impala Press. – 2018, 359p.
8. Merriam Webster Dictionary [electronic resource]: dictionary / Merriam-Webster Incorporated. 2023. URL <https://www.merriam-webster.com> (last accessed 01.08.2023)
9. BBI Combinatory Dictionary of English (The): dictionary / eds. M. Benson, E. Benson, R. Ilson Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Publishing, 1986. 286p.

References

1. Haljutina M.E. Funkcional'no-stilisticheskaja neodnorodnost' nauchnoj rechi vostokovedov (na primere anglijskogo jazyka): dis. ... kand. filolog. Nauk. Moskovskij gosudarstvennyj universitet imeni M.V. Lomonosova. Moskva, 2014. 258 s.
2. Vinogradov V.V. Problema avtorstva i teorija stilej: monografija. M.: Goslitizdat, 1961. 613s.
3. Lipgart A.A., Hurinov V.V. Funkcional'nye stili sovremennogo anglijskogo jazyka. Nauka i zhurnalistika. M: Knizhnyj dom «Librokom», 2013. 208s.
4. Voroncova M.V., Ziza M.V., Kononova T.L., Koronovskaja I.V., Silaeva O.R., Haljutina M.E. «Diving into the Asian and African World. Part 2. China»: uchebnoe posobie, [jelektronnoe izdanie setevogo rasprostraneniya]. M.: «KDU», «Dobrosvet», 2022. 184 s. URL: <https://bookonline.ru/node/48116>. doi: 10.31453/kdu.ru.978-5-7913-1257-0-2022-184
5. Oxford Learner's Dictionaries [electronic resource]: dictionary. Oxford University Press. 2023. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (last accessed 01.08.2023)
6. Collins Online Dictionary [electronic resource]: dictionary. HarperCollins Publishers. 2023. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/carry> (last accessed 01.08.2023)
7. Dictionary of Economic Terms [text]: dictionary. ed. Edward Robert Raupp and Danna Vance Raupp. Portsmouth, New Hampshire: Blue Impala Press. – 2018, 359p.
8. Merriam Webster Dictionary [electronic resource]: dictionary. Merriam-Webster Incorporated. 2023. URL <https://www.merriam-webster.com> (last accessed 01.08.2023)
9. BBI Combinatory Dictionary of English (The): dictionary. eds. M. Benson, E. Benson, R. Ilson Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Publishing, 1986. 286p.

*Khalyutina M.E., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.),
Institute of Asian and African Countries,
Lomonosov Moscow State University*

Functional and stylistic specificities of the oriental study texts of scientific and publicistic styles

Abstract: the functional style is a complex and diverse phenomenon combining characteristics of different linguistic functions. The research was aimed at analyzing the linguistic material and specifying the characteristics of the varieties of functional styles. So as to achieve the goal, there were chosen texts on the same subject, which allowed examining how the specific features of one function are increasing and the features of the other function are declining. The relevance of the current research is determined by a limited number of studies in which the method of categories is applied in order to evaluate functional and stylistic characteristics of the linguistic material. The method of categories is based on the consideration of both conceptual and linguistic characteristics of the text so as to designate its functional and stylistic variety. In the course of the research, there were specified and thoroughly described conceptual and linguistic features. The varieties of the two texts were identified in accordance with the existing classifications. On the basis of the results of the categorical analysis there were made conclusions about the suitability of the texts for developing language skills within the framework of teaching orientologists the language for specific purposes.

Keywords: functional style, method of categories, language for specific purposes, scientific speech

For citation: Khalyutina M.E. Functional and stylistic specificities of the oriental study texts of scientific and publicistic styles. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 95 – 104.

Received: July 19, 2023; Revised: August 13, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Морозова О.А., кандидат филологических наук,
Яхина А.М., кандидат филологических наук,
Казанский (Приволжский) федеральный университет*

Эмфатическая инверсия в английском языке в обучении студентов письменной иноязычной речи

Аннотация: в данной статье речь идет об особенностях эмфатической инверсии в современном английском языке с точки зрения возможностей ее использования в рамках развития у студентов навыков письменной речи на английском языке. Целью исследования является анализ возможностей применения эмфатической инверсии в английском языке на занятиях по английскому языку в вузе. Задачами исследования явились следующие: выявить особенности эмфатической инверсии в современном английском языке, проанализировать возможности применения эмфатической инверсии в процессе дальнейшего развития у студентов навыков письменной речи на английском языке. В статье приводятся примеры функционирования эмфатической инверсии в отдельных фразах и выражениях. Делается вывод о том, что эмфатическая инверсия представляет собой отклонение от прямого порядка слов в английском языке и используется для придания высказыванию яркости и эмоциональной окрашенности таким образом, что логическое ударение падает на ту часть фразы, которая содержит эмфатическую инверсию. Анализируются конкретные примеры использования эмфатической инверсии на занятиях по английскому языку, направленных на развитие у студентов навыков грамотного письма на английском языке. Результаты исследования могут быть использованы для разработки конкретных заданий, содержащих эмфатическую инверсию и направленных на дальнейшее развитие грамотного письма.

Ключевые слова: эмфатическая инверсия, английский язык, логическое ударение, прямой порядок слов, стиль, обучение, студенты, письменная речь

Для цитирования: Морозова О.А., Яхина А.М. Эмфатическая инверсия в английском языке в обучении студентов письменной иноязычной речи // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 105 – 109.

Поступила в редакцию: 22 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 13 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Актуальность исследования заявленной темы обусловлены тем фактом, что эмоциональная составляющая письменной и устной речи может быть достигнута посредством использования различных средств, в том числе и эмфатических. Современный английский язык характеризуется тем, что эмфаза наиболее часто встречается в текстах художественных произведений, равно как и в текстах публицистического дискурса. Однако, этими стилями речи функционирование эмфатических конструкций не ограничивается, поскольку эмфаза обнаруживается также и в научных статьях, а также в текстах, которые могут быть отнесены к официально-деловому стилю, например, в документах или выступлениях политиков. В связи с вышесказанным представляется целесообразным кратко охарактеризовать особенности функционирования в современном английском языке такой разновидности эмфазы, как эмфатическая инверсия.

Эмфаза представляет собой выделение какой-либо составляющей высказывания. Достижение такого выделения возможно разными способами. Среди наиболее часто встречающихся из них можно назвать следующие: изменение интонации (в том случае, если речь идет о звучащей речи), применение многочисленных риторических фигур (главным образом, в письменной речи). Говоря об эмфазе, необходимо акцентировать внимание на том, что эта конструкция представляет собой отклонение от четко заданного порядка слов, характерного для английского языка. Однако, такое нарушение порядка слов должно восприниматься не в качестве нарушения как такового, а в качестве достаточно закономерного явления (т.е., того самого допустимого отклонения от прямого порядка слов), поскольку именно таким образом может быть достигнута экспрессивность и эмоциональность высказывания, содержащего эмфатическую конструкцию. Соответственно, можно говорить о том, что использование различных моделей, в соответствии с которыми формируются эмфатические конструкции, выступает не исключительно в качестве одного из средств подчеркнуть и усилить значимость конкретного члена предложения в составе отдельно взятого высказывания, но и для того, чтобы превратить это высказывание в эмоционально окрашенное. Тот факт, что современный английский язык допускает формирование разнообразных эмфатических моделей, обусловлен тем, что любая грамматическая форма обладает как коннотативным, так и денотативным значением [3, с. 130], о которых необходимо сказать более подробно. Коннотативное значение – это все имеющиеся субъективные значения формы, т.е., метафоричность, экспрессивность и т.д., ведущие к усилению эмоционального эффекта.

Денотативное же значение – это весь существующий комплекс значений формы за исключением ее эмоционально-экспрессивной окраски.

Инверсия представляет собой отступление от прямого порядка слов, свойственных английскому предложению. Нужно акцентировать внимание на том, что инверсия, будучи одним из направлений усиления какой-либо составляющей высказывания, встречается не только в английском языке, а в том числе и в русском. Однако в силу того, что русский язык обладает синтетическим характером (т.е., управление в нем имеет место в рамках использования таких составляющих, как флексии или окончания), в этом языке присутствуют более широкие возможности выбора порядка следования членов предложения, чем это имеет место в современном английском языке. Следствием этого является то, что различные эмфатические конструкции в русском языке не играют столь значимой роли, как в аналитических языках, к которым относятся и английский. В английском же языке, как известно, соблюдается строгий порядок слов, который допускает очень незначительные отклонения, причем случаи таких отклонений строго фиксированы. В силу этого в повествовательных предложениях английского языка отдача первого места в предложение любому другому члену кроме подлежащего, ведет к приобретению высказыванием яркой эмоциональной окраски.

Исследователи сходятся во мнении, что эмфатическая инверсия представляется собой одну из разновидностей логического выделения части фразы [2, с. 534].

Употребление эмфатической инверсии в современном английском языке может иметь место в различных случаях, однако основными из них являются следующие: необходимость усилить и подчеркнуть значение второстепенного члена предложения (как правило, обстоятельства) и необходимость усиления утверждения, которое выражено сказуемым в Present Simple и Past Simple [4, с. 37]. Представляется целесообразным рассмотреть эти случаи более подробно, подтверждая их примерами.

В том случае, если существует необходимость усилить и подчеркнуть значимость второстепенного члена предложения (как было сказано выше, таким членом предложения в большинстве случаев является обстоятельство), такой второстепенный член предложения вместе с усилительным словом, которое предшествует ему, ставится перед подлежащим, что приводит к инверсии сказуемого, например:

She will understand the value of their researches only in the course of time. – Она поймет значимость их исследований только со временем.

В данном случае можно наблюдать обычный прямой порядок слов, т.е.: сначала подлежащее, потом сказуемое, затем – дополнение и обстоятельство.

Эмфатическая инверсия влияет на вышеприведенное предложение следующим образом:

Only in the course of time will she understand the value of their researches. – Только со временем она поймет значимость их исследований.

В этом случае порядок слов в предложении поменялся: обстоятельство вместе с усилительным словом занимает в предложении место подлежащего, далее идет вспомогательный глагол, требуемый конкретным временем, за ним – подлежащее, после чего – смысловой глагол и дополнение.

Следующие примеры, содержащие эмфатическую инверсию, содержат сказуемое, которого включает в себя две или три составляющие, причем первая часть в каждом случае стоит перед подлежащим, а вторая (вторая и третья – во втором примере) – после сказуемого:

Only in one case could she find this construction. – Только в одном случае она смогла найти эту конструкцию.

Only from this point of view is it possible to find a solution. – Только с этой точки зрения возможно найти решение.

В том случае, если сказуемое такого предложения представлено каким-то одним смысловым глаголом (иными словами, если время высказывания – Present Simple или Past Simple, поскольку только в этих временах сказуемое утвердительного предложения представлено смысловым глаголом, вспомогательный же глагол в данном случае не требуется), и выделение обстоятельства требует, чтобы сказуемое было подвергнуто инверсии, необходимо произвести следующие перестановки: первая часть сказуемого (т.е., та, которая обычно стоит перед подлежащим) смещается, а на ее место ставится вспомогательный глагол do, does или did, как в следующем примере:

Only in this article did we find this important thesis. – Только в этой статье мы нашли этот важный тезис.

Необходимо отметить, что в тех случаях, когда для инверсии сказуемого требуется вспомогательный глагол, он не переводится на русский язык.

Вторым часто употребляющимся случаем эмфатической инверсии в современном английском языке является усиление утверждения, причем такое утвердительное предложение должно стоять в одном из времен группы Simple, а именно: Present Simple либо Past Simple. Эти времена характеризуются употреблением вспомогательного глагола to do в соответствующей форме. Для достижения эмфатической инверсии вспо-

могательный глагол в необходимой форме должен занять место перед смысловым глаголом. При этом смысловой глагол должен быть употреблен в форме инфинитива (частица *to* перед инфинитивом в данном случае не ставится). Перевод таких предложений на русский язык также сопряжен с рядом особенностей, а именно: в данном случае возникает необходимость употребления так называемых «слов-усилителей», основными из которых являются следующие: «на самом деле», «безусловно», «действительно», «несомненно», «все же» и др., как в следующем примере:

Today the teacher sees that this student did learn the theorem perfectly. – Сегодня преподаватель видит, что этот студент действительно превосходно выучил теорему.

Далее представляется целесообразным перейти к возможностям использования эмфатической инверсии в процессе обучения студентов письменной речи на английском языке. В первую очередь необходимо отметить, что упражнения, связанные с данным языковым явлением, нечасто встречаются в учебниках, предназначенных для студентов (в данном случае речь идет о студентах, обучающихся на нефилологических специальностях).

В качестве одного из немаловажных условий эффективности овладения языковым материалом выступает использование в процессе обучения аутентичных текстов, в том числе и научных, причем как в рамках аудиторных занятий, так и вне их, например, во время выполнения самостоятельных работ и домашних заданий. В качестве источника материала для заданий могут выступать научные статьи из профильных изданий, которые могут одновременно использоваться и как материал для развития навыков чтения и перевода (письменного и устного), так и для обучения грамотному письму на английском языке.

Работа с предложениями, включающими эмфатическую инверсию, представляется важной по той причине, что эмфатическая инверсия демонстрируется не на абстрактных примерах, вырванных из контекста, а на материале, который представляет собой «реальный продукт речевой деятельности носителей языка» [1, с. 26].

В силу того, что процесс формирования и последующего развития грамматического навыка, являющегося неотъемлемой составляющей иноязычной письменной речи, состоит из нескольких этапов, а именно: «восприятие модели, имитация модели (действие по аналогии), подстановка (увеличивает способность к репродукции на основе аналогии), трансформация, репродукция (изолированное и самостоятельное употребление усвоенной модели), комбинирование (перенос с модели на модель)» [1, с. 53], в качестве примеров упражнений можно привести те, которые разработаны преподавателями английского языка, работающими со студентами, например:

1. Идентификация структуры, причем одновременно необходимо определить вычленимую составляющую. Далее осуществляется перевод этой структуры на русский язык таким образом, чтобы выделить эмфатическую инверсию, например:

Nowadays economic situation in Russia does seem terrifying. – В настоящее время экономическая ситуация в России действительно кажется ужасающей.

Это упражнение можно усложнить и предложить студентам перевод предложений с русского на английский язык таким образом, чтобы оно содержало эмфатическую инверсию.

2. Изменение структуры предложения со стандартным прямым порядком на структуру, которая будет включать эмфатическую инверсию, например:

Предложение без эмфатической инверсии: Pollution of coastal waters leads to the extinction of corals and other species of the marine ecosystem.

Предложение с эмфатической инверсией: Pollution of coastal waters does lead to the extinction of corals and other species of the marine ecosystem.

3. Формирование предложения, включающего эмфатическую инверсию, из предложенных слов и/или словосочетаний, например:

In this article/of/are listed/the main types/endangered species. – In this article are described the main types of endangered species.

4. Выбор одного словосочетания из нескольких предложенных, которое может использоваться в качестве начала конструкции с эмфатической инверсией, например:

Not only/under no doubts/rarely if ever и т.д.: ... does pollution affect marine life but changes the properties of coastal waters.

Not only does pollution affect marine life but changes the properties of coastal waters.

5. Редактирование отрывков текста таким образом, чтобы максимально использовать эмфатическую инверсию с целью логического выделения наиболее важных элементов текста.

6. Редактирование предложений, содержащих эмфатическую инверсию, в которых специально допущены ошибки, например:

Неверный вариант: Not only do pollution affect marine life but change the properties of coastal waters.

Правильный вариант: Not only does pollution affect marine life but changes the properties of coastal waters.

7. Формирование небольшого текста из предложенных отдельных частей предложений. В качестве примера можно рассмотреть задание, предложенное Н.К. Власко и Н.В. Киричко: «the study reported that // a doubling of CO₂ in the atmosphere // would raise global temperature // by 3 degrees C, plus or minus 1.5 degrees // despite these reports // not until 1980s // did // study groups // such as the Scientific Committee on Problems of the Environment // begin to treat the CO₂ issue as an international problem // that demanded an international perspective in analyses and policy recommendations» [2, с. 538].

Такого рода задания могут быть разработаны преподавателем английского языка как на основе предложенных выше, так и на базе собственных наработок.

Подводя итог тому, что было изложено выше, можно сделать ряд выводов относительно особенностей эмфатической инверсии в английском языке, а именно:

1. Эмфатическая инверсия в современном английском языке представляет собой одну из частотных грамматических конструкций, которая заключается в том, что порядок слов, являющийся в английском языке весьма строгим, меняется.

2. Эмфатическая инверсия используется для того, чтобы усилить одну из составляющих высказывания, поскольку в случае эмфатической инверсии логическое ударение падает на ту часть фразы, которая подверглась такому изменению.

3. В силу того, что в английском языке эмфатическая инверсия представляет собой значительно более частотную конструкцию, чем в русском, это необходимо учитывать в процессе перевода предложений, содержащих данную разновидность инверсии, с английского на русский язык. Чтобы не утратить инверсию, в процессе перевода необходимо пользоваться либо так называемыми словами-усилителями, либо производить соответствующие изменения в структуре предложения, принимая во внимание контекст высказывания, содержащего эмфатическую инверсию.

4. Обучение студентов использованию эмфатической инверсии в письменной речи не только обогащает активный словарь будущих специалистов, но и очень украшает их речь, что имеет немаловажное значение в процессе письменного общения в академической и профессиональной среде.

Подытоживая то, что было рассмотрено в данной статье, необходимо отметить, что эмфатическая инверсия представляет собой достаточно интересное явление, которое целесообразно исследовать более детально, например, в рамках сравнительно-сопоставительного анализа в таких разнотипных языках, как английский и русский, а также с точки зрения более активного использования этой конструкции в обучении студентов английскому языку в целом и англоязычной письменной речи в частности.

Литература

1. Азимов Э.Г., Шукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М.: ИКАР, 2009. 448 с.
2. Власко Н.К., Киричко Н.В. Эмфатическая инверсия в обучении письменной иноязычной научной речи студентов магистратуры // Педагогический журнал. 2019. Т. 9. № 2А. С. 533 – 541.
3. Зинатуллин В.Ш, Чибисова Е.Ю. Эмфаза в англоязычной научной литературе: способы выражения и принципы перевода // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2009. № 2 (4). С. 129 – 133.
4. Перепечко Н.Н., Конагорова Т.Н. Перевод технических текстов: грамматические и лексические трудности: учебно-методическое пособие по английскому языку для студентов технических специальностей. Минск, 2011. 101 с.

References

1. Azimov Je.G., Shhukin A.N. Novyj slovar' metodicheskikh terminov i ponjatij (teorija i praktika obuchenija jazykam). M.: IKAR, 2009. 448 s.
2. Vlasko N.K., Kirichko N.V. Jemfaticeskaja inversija v obuchenii pis'mennoj inojazychnoj nauchnoj rechi studentov magistratury. Pedagogicheskij zhurnal. 2019. T. 9. № 2A. S. 533 – 541.

3. Zinatullin V.Sh, Chibisova E.Ju. Jemfaza v anglojazyčnoj nauchnoj literature: sposoby vyrazhenija i principy perevoda. Filologičeskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. Tambov: Gramota, 2009. № 2 (4). С. 129 – 133.

4. Perepechko N.N., Konakorova T.N. Perevod tehničeskikh tekstov: grammatičeskie i leksičeskie trudnosti: učebno-metodičeskoe posobie po anglijskomu jazyku dlja studentov tehničeskikh special'nostej. Minsk, 2011. 101 s.

*Morozova O.A., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.),
Yakhina A.M., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.),
Kazan (Volga Region) Federal University*

Emphatic inversion in English in teaching students written foreign language

Abstract: in this article we are talking about the features of emphatic inversion in modern English from the point of view of the possibilities of its use in the process of teaching students written foreign language. The aim of the study is to analyze the possibilities of using emphatic inversion in English in the process of teaching students foreign language writing. The objectives of the study were the following: to define emphatic inversion, to identify the features of emphatic inversion in modern English, to analyze the possibilities of using emphatic inversion in the process of teaching students writing in English. The author gives a definition of emphatic inversion in English, and also gives examples of the functioning of this construction in individual phrases and expressions. The author comes to the conclusion that emphatic inversion is a violation of the direct order of words in the English language and is used to give the utterance brightness and emotional colouring in such a way that the logical emphasis falls on the part of the phrase that contains emphatic inversion. The author also gives specific examples of the use of emphatic inversion in English classes aimed at teaching students writing. The results of the study can be used to develop specific tasks containing emphatic inversion and aimed at the formation of students' written speech in English.

Keywords: emphatic inversion, English, logical stress, direct word order, style, teaching, students, written speech

For citation: Morozova O.A., Yakhina A.M. Emphatic inversion in English in teaching students written foreign language. Philological Sciences Bulletin. 2023. 3 (8). P. 105 – 109.

Received: July 22, 2023; Revised: August 13, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Гафиуллина К.Н., кандидат филологических наук,
Казанский филиал Российского государственного университета правосудия*

Сопоставительный анализ категории принадлежности в английском, татарском и русском языках

Аннотация: данная работа посвящена исследованию способов и средств выражения категорий принадлежности в трех сопоставляемых разноструктурных языках: английском, татарском и русском. Категория принадлежности лежит в основе коммуникативной деятельности, служит для определительной связи в речи и является универсальной категорией, характерной для любого языка. В статье описывается специфика репрезентации категории притяжательности лексическими и грамматическими средствами языков, анализируются свойства лексико-грамматических, структурно-морфологических, структурно-синтаксических средств выражения обладания. На материалах научных работ автором проведен сопоставительный анализ и определены общие и специфические черты указанной категории на основе исследуемых языков.

Целью данной работы является выявление и описание лингвистической уникальности и универсальности категории принадлежности в английском, татарском и русском языках. Для ее достижения необходимо решить ряд задач: выявить, описать понятие, охарактеризовать средства выражения категории принадлежности, провести их сопоставительный анализ в исследуемых языках.

Результаты проведенного исследования могут быть использованы в дальнейших лингвистических изысканиях, а также при обучении иностранному языку с опорой на родной или ранее изученный иностранный язык. Знания о фонетических, лексических, грамматических нормах родного и прежде усвоенных языков могут служить опорой для осмысления и овладения новым языковым материалом, а также при освоении другого языка.

Ключевые слова: категория принадлежности, посессивность, способы выражения, язык, английский, татарский, русский

Для цитирования: Гафиуллина К.Н. Сопоставительный анализ категории принадлежности в английском, татарском и русском языках // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 110 – 113.

Поступила в редакцию: 24 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 16 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Сравнительно-сопоставительный анализ как родственных, так и генетически неродственных и разносистемных языков с выявлением их общих и специфичных особенностей позволяет раскрыть и понять внутренние законы развития языков. В настоящее время изучение проблем лингвистики в типологическом, сопоставительном, структуралистском и функциональном аспектах не теряет актуальности. К ним относятся и вопросы посессивности (притяжательности), требующие детального анализа, комплексного сопоставительного исследования с охватом всех сфер и средств ее реализации.

Работа выполнена на основе описательного, сопоставительного и сопоставительно-типологического методов исследования.

Исследование категории притяжательности важно и тем, что данная категория часто используется в речи [7, с. 114]. Вместе с тем в каждом языке она воплощается по-разному. Представление категории притяжательности в языке осуществляется на лексическом и грамматическом уровнях, отражая различные значения собственности в пределах конкретного высказывания. Притяжательные отношения в разных языках передаются индивидуальным для каждого из них набором морфологических, синтаксических, лексических средств, конкретизируются либо унифицируются в синтаксических конструкциях.

Исследованию категории принадлежности в разных ее аспектах посвящены различные теоретические исследования отечественных и зарубежных ученых на глубинном и поверхностном уровнях [3, с. 4]. В научной литературе Е.В. Краснощеквым представлен путь становления категории притяжательности [4, с. 60], предлагаются такие терминологические определения посессивных отношений, как традиционные и нетрадиционные (Л.А. Боади, В. Уэлмерс Т.Н. Воронцова, Т.Е. Аношкина), исследователи определяют притяжательность как особый вид реляции (И.И. Мещанинов, А.М. Пешковский, Ю.Д. Апресян, О.Н. Селиверстова, Р.М. Гайсина, А.М. Мухин), выделено и исследовано семь базовых значений четырех функциональных групп конструкций с притяжательными местоимениями (Е.И. Селиванова), вместе с тем подвергается сомнению само наличие категории принадлежности в языке (Дж. Лайонз, Г. Бирнбаум).

Отметим, что исследуемые нами английский и русский языки относятся к семье индоевропейских языков. По генетической и типологической характеристике они принадлежат к разным группам: английский

язык – западногерманской подгруппе германской ветви индоевропейских языков, русский язык – восточнославянской группе славянской ветви индоевропейской языковой семьи. Татарский язык относится к тюркской ветви алтайской семьи языков, к кипчакско-булгарской подгруппе кипчакской группы тюркских языков.

В структурно-типологическом плане русский и английский языки относятся к флективным языкам, татарский – к агглютинативным, при этом английский язык является более аналитическим, а русский – более синтетическим языком, т.е. большинство грамматических форм в русском языке образуется с помощью суффиксов, в английском – с помощью служебных слов. Татарский язык является агглютинативным языком с присутствием аналитических элементов выражения грамматических значений. Английскому языку в большей степени присущи аналитизм и свободные глагольные сочетания, тогда как в татарском языке преобладают суффиксальные словоформы. Несмотря на это в данных языках обнаруживается много типологических сходств, особенно на грамматическом уровне.

Категория принадлежности – грамматическое понятие, устанавливающее отношение принадлежности между лицом обладателя и предметом обладания, т.е. предполагает отношения, при которых объект имеет отношение принадлежности к другому объекту (к какому-либо лицу) или является его частью [6, с.4]. Например, *student's note-book* / студент дэфтэре / тетрадь студента – принадлежность; *dog's tail* / эт койрыгы / хвост собаки – часть. Принадлежность означает отношение обладания между субъектом (посессор, обладатель) и объектом (посессум, обладаемый). В сопоставляемых нами английском, татарском и русском языках принадлежность может выражаться различными способами, эту особенность необходимо учитывать при переводе с одного языка на другой.

В структуре посессивных групп лежат конструкции как с именным, так и глагольным показателями посессивности. Выделяется два типа словосочетаний, в которых выступает категория принадлежности [5, с. 22]: лично-притяжательные определительные сочетания (например, *her room* / аның бүлмәсе / ее комната; *Jane's room* / Джейн бүлмәсе / комната Джейн) и предметно-притяжательные определительные сочетания (*student's book* / студент китабы / книга студента).

В английском языке выражение притяжательности осуществляется при помощи притяжательного падежа путем прибавления окончания 's (апостроф и s) к существительному, обозначающему обладателя предмета, а также с помощью предлога *of* для неодушевленных предметов. Притяжательность означает принадлежность какого-либо предмета, признака или качества определенному лицу или животному.

К существительному во множественном числе добавляется только апостроф, к существительным, имеющим особую форму множественного числа, добавляется 's (*the children's voices* / балалар тавышы / голоса детей). Притяжательный падеж используется в случаях, когда нужно показать принадлежность или обладание: *Jane's book* / Джейн китабы / книга Джейн, связь между людьми: *his sister's husband* / апасының ире / муж его сестры и местом: *at the baker's* / икмәк сатучыда / в булочной (у булочника). Существительные могут употребляться в притяжательном падеже также при выражении следующих категорий: расстояния и времени (*a week's holidays* / бер атналык каникуллар / недельные каникулы); времен года, месяцев, городов и стран (*autumn's wind* / көзге жил / осенний ветер, *America's cities* / Америка шәһәрләре / города Америки); географических понятий (*river's edge* / елга яры / берег реки); продуктов животноводства (*goat's milk* / кәжә сөте / козье молоко); частей тела животных (*deer's horn* / болан мөгезе / олений рог); понятий, относящихся к технике (*plane's engine* / очкыч моторы / мотор самолета), таких существительных, как *ocean, earth, nature, moon, sun, water, world, country, city, ship* и др. (*ocean's life* / океан тормышы / жизнь океана, *sun's light* / кояш уты / солнечный свет).

В английском языке существительное в притяжательном падеже является определением к следующему за ним существительному, отвечая на вопрос *whose?* (кемнеке? чей?) и обозначая принадлежность предмета, например, *father's car* / эти(нең) машинасы / папина машина. Оно всегда стоит перед определяемым существительным, соответствует в русском языке притяжательному прилагательному (папина) или родительному падежу (машина папы), в татарском – в баш килеш или иялек килеше (в основном или притяжательном падеже) – эти машинасы/этинен машинасы. При переводе на русский язык определяемое слово в родительном падеже выносится на первое место (машина папы). В английском языке форму притяжательного падежа имеют одушевленные существительные, обозначающие людей и животных. Неодушевленные существительные, за некоторым исключением, в притяжательном падеже не употребляются. Таким образом, категория принадлежности выражает атрибутивные отношения. Принадлежность предмета определенному лицу в английском языке выражается также с помощью предлога *of* перед существительным, выражающим обладателя, который также может быть выражен абсолютной формой притяжательного местоимения, например, *the voices of the kids* балалар тавышы / голоса детей, *this kindness of yours* / сезнең бу кешелеклелегез / эта ваша доброта.

Особенным для выражения категории принадлежности в татарском языке является то, что, как и другим тюркским, а также монгольским и тунгусо-маньчжурским языкам, ему характерно средство выражения принадлежности с помощью специальных аффиксов, т.е. в одном слове соединяется название предмета обладания и лица, им обладающего, например, *китабым* – моя книга, *китаплары* – их книги и т.д. (синтетический способ реализации формы принадлежности). В научной литературе представлено исследование происхождения показателей категории принадлежности имени существительного в татарском языке, а именно формирование и становление аффиксальных морфем принадлежности [2, с. 22]. Ряд исследователей считают, что аффиксы принадлежности происходят из личных местоимений.

В татарском языке выделяются следующие способы выражения категория принадлежности: 1) морфологически с помощью аффиксов принадлежности, указывающих какому лицу принадлежит предмет или явление: *китабым* / моя книга; 2) морфолого-синтаксически с помощью аффиксов принадлежности и формы притяжательного (родительного) падежа местоимений: *минем китабым* / моя книга; 3) синтаксически с помощью личных местоимений в притяжательном (родительном) падеже: *минем китап* / моя книга; 4) морфолого-лексически при помощи притяжательных местоимений-существительных, когда родительный падеж имен или местоимений сочетается с аффиксом *-ныкы/-неке*: *миннеке* / мое (мой, моя), *студентныкы* / студента.

В татарском языке, как одном из тюркских языков, притяжательные отношения выражаются и в структуре глагола, например, в его неличной форме – имени действия – *укуым* / мое чтение (процесс действия), *йөзүләре* / их плавание (то, как они плывут).

Синтаксический способ выражения категории притяжательности в татарском языке представлен с помощью 2 и 3 типов изафетных сочетаний, например, 2 тип – *студент дәфтәре* / тетрадь студента, 3 тип – *студентның дәфтәре* / тетрадь (этого, известного) студента (с выражением категории определенности).

В русском языке с учетом его аналитических тенденций отношение принадлежности предмета обладающему им лицу передается несколькими способами: 1) с помощью притяжательных местоимений (мой, твой, наш, ваш и др.), являющихся ядром категории посессивности; 2) использованием существительного в родительном падеже (студента, дяди, сыновей и др.); 3) с помощью притяжательных прилагательных с суффиксами *-ин, -ов/-ев, ий* (мамин, дедов, лисий); 4) предикативный способ при помощи глагольных форм принадлежности – глаголами принадлежности *обладать, принадлежать, владеть, иметь, быть*, в семантике которых заложен признак принадлежности, владения, обладания); б) служебных слов – предлогов локативного происхождения *у, от*, указывающих принадлежность предмета какому-либо лицу [1, с. 100] (*У преподавателя есть журнал. Он взял это от отца*).

Таким образом, можно говорить как о сходстве функций категории принадлежности в английском, татарском, русском языках, так и некотором различии в способах и средствах ее выражения. Во всех трех языках прослеживается путь становления категории притяжательности от расположения одного имени перед другим до падежной системы выражения притяжательности с помощью родительного (притяжательного) падежа. Общим является также способ выражения посессивных отношений с помощью личных и притяжательных местоимений.

Значение принадлежности в английском и русском языках выражается сочетанием двух слов, в татарском языке оно может быть выражено одним существительным при помощи специальных лицевых аффиксов принадлежности. При выражении притяжательных отношений с помощью глаголов в татарском языке они выражаются в структуре глагола, в индоевропейских языках – лексически с помощью специальных лексем-глаголов. В татарском языке синтаксический способ выражения категории посессивности представлен с помощью изафетных сочетаний, в индоевропейских языках – посредством предложных конструкций.

Литература

1. Вайс Д. Смысловый потенциал посессивного отношения и его текстуальная обусловленность в современном русском языке. Сокровенные смыслы: Слово. М, Культура, 2004. С. 283 – 295.
2. Гаряев Р.Н. Категории числа и принадлежности имени существительного и происхождение их показателей в татарском языке: автореф. дис.... канд. филол. наук. Тобольск, 2009. 28 с.
3. Исаева О. Н. Реализация категории посессивности в русском и английском языках: автореф. дис.... канд. филол. наук. Москва, 2007. 25 с.
4. Краснощеков Е.В. Возникновение и развитие категории посессивности. Чебоксары: ИД «Среда», 2019. 84 с.
5. Леви-Брюль Л. Выражение принадлежности // Эргативная конструкция предложения. 2010. № 3. С. 22.

6. Чиркочева Д.И. Категория принадлежности в современном якутском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Якутск, 1998. 23 с.
7. Ярцева В.Н. Исследования по общей теории грамматики. М.: Приор, 2012. 168 с.

References

1. Vajs D. Smyslovoj potencial possessivnogo otnoshenija i ego tekstual'naja obuslovlennost' v sovremennom russkom jazyke. Sokrovennye smysly: Slovo. M, Kul'tura, 2004. S. 283 – 295.
2. Garjaev R.N. Kategorii chisla i prinadlezhnosti imeni sushhestvitel'nogo i proishozhdenie ih pokazatelej v tatarskom jazyke: avtoref. dis.... kand. filol. nauk. Tobol'sk, 2009. 28 s.
3. Isaeva O. N. Realizacija kategorii possessivnosti v russkom i anglijskom jazykah: avtoref. dis.... kand. filol. nauk. Moskva, 2007. 25 s.
4. Krasnoshhekov E.V. Vozniknovenie i razvitie kategorii possessivnosti. Cheboksary: ID «Sreda», 2019. 84 s.
5. Levi-Brjul' L. Vyrazhenie prinadlezhnosti. Jergativnaja konstrukcija predlozhenija. 2010. № 3. S. 22.
6. Chirkocueva D.I. Kategorija prinadlezhnosti v sovremennom jakutskom jazyke: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Jakutsk, 1998. 23 s.
7. Jarceva V.N. Issledovanija po obshhej teorii grammatiki. M.: Prior, 2012. 168 s.

*Gafiullina K.N., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.),
Kazan branch of the Russian State University of Justice*

Comparative analysis of the category of possessiveness in the English, Tatar and Russian languages

Abstract: the article is devoted to the study of ways and means of expressing category of possessiveness in three comparable languages of different structures: English, Tatar and Russian. The category of possessiveness is the basis of communicative activity, serves for a definitive connection in speech and is a universal category characteristic of any language. The article describes the specifics of the representation of the category of possessiveness by lexical and grammatical means of languages, analyzes the properties of lexico-grammatical, structural-morphological, structural-syntactic means of expressing possession. The author conducted a comparative analysis and determined the general and specific features of this category based on the materials of scientific works.

The purpose of this work is to identify and describe the linguistic uniqueness and universality of the category of possessiveness in English, Tatar and Russian. In order to achieve it, it is necessary to solve a number of tasks: to identify, describe the concept, characterize the means of expressing the category of possessiveness, to conduct their comparative analysis in the languages under study. The results of the conducted research can be used in further linguistic research, as well as in teaching a foreign language based on a native or previously studied foreign language. Knowledge of phonetic, lexical, grammatical norms of the native and previously learned languages can serve as a support for understanding and studying new language material, as well as when studying another language.

Keywords: category of possessiveness, ways of expressing, language, English, Tatar, Russian

For citation: Gafiullina K.N. Comparative analysis of the category of possessiveness in the English, Tatar and Russian languages. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 110 – 113.

Received: July 24, 2023; Revised: August 16, 2023; Accepted: September 5, 2023.

Ли Чжэньго, аспирант,
Санкт-Петербургский государственный университет

Лексико-семантическая характеристика текстов городских вывесок на материале г. Санкт-Петербурга

Аннотация: в современной лингвистике наблюдается все больший интерес к тексту языка города, в том числе к городским вывескам. Это особый жанр, который должен быть исследован в совокупности лингвистики, социологии и культурологии. Такие тексты отражают специфику времени, особенности языка того или иного города, территориального варьирования литературного языка того или иного региона. Городские вывески формируют лингвокультурный контекст современного мегаполиса, помогают раскрыть языковую политику, задуматься о лингвистической экологии.

Тексты городских вывесок могут исследоваться непосредственно в рамках номинативных единиц, а также в контексте коммуникации. Они помогают понять языковой облик города, охватить региональный компонент.

Актуальность исследования заключается в необходимости всестороннего исследования текстов городских вывесок г. Санкт-Петербурга в части лексико-семантического анализа для полного понимания лингвистической и экстралингвистической специфики региона.

Объектом исследования являются тексты вывесок г. Санкт-Петербурга.

Предметом исследования выступают лексико-семантические и лингвокультурологические особенности текстов данного жанра.

Новизна исследования заключается в том, что впервые представлено комплексное описание текстов вывесок города Санкт-Петербурга, выявлены специфические особенности данного жанра именно в контексте регионального компонента.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных материалов исследования на занятиях по русскому языку для российских, а также иностранных студентов, в рамках предметов культурология и социолингвистика.

Ключевые слова: лексико-семантический анализ, развитие, изучение, особенности, специфика, городские вывески, жанр

Для цитирования: Ли Чжэньго Лексико-семантическая характеристика текстов городских вывесок на материале г. Санкт-Петербурга // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 114 – 118.

Поступила в редакцию: 20 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 16 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

В настоящее время облик любого российского города выглядит значительно иначе, нежели это было несколько десятилетий назад. Развитие экономики, маркетинговых технологий, рыночный подход ко многим жизненным сферам предусматривает изменение города в контексте рекламного контента. Появляется значительное количество вывесок, баннеров, плакатов в городе, что превращает его в яркое сочетание красок и призывов рекламных слоганов.

В данной связи интерес представляют тексты городских вывесок, которые способны многое поведать городскому обывателю в части вербальных и невербальных характеристик заведения, фасадом которого являются [1]. Кроме того, вывески отражают время, язык, специфические особенности региона описания. Соответственно, они могут изучаться с различных позиций, а также в совокупности лингвистических, культурологических и социологических особенностей жанра.

Санкт-Петербург является культурной столицей России, однако и он не свободен от веяний современности и большого количества разнообразных вывесок. Рассмотрим их специфические особенности.

Текст питерских вывесок представляет собой определенный речевой жанр малого объема. Для него существуют базовые характеристики, а именно, в нем нет традиционных средств связности, он имеет смысловую компактность и опору на ситуацию, а также это креолизованный текст, имеющий специфические особенности лингвистической структуры, характеризующийся рекламной направленностью.

Текст городских вывесок Петербурга отличается информативностью, т.е. он предоставляет данные о заведении, объекте. Ему присуща аттрактивность, т.е. он привлекает внимание адресата. Кроме того, ему свойственна прагматичность, целостность и коммуникативная направленность. Это значит, что он четко

направлен на адресата и требует оценки и соответствующих действий. Отметим его дифференцированность, что означает выделение объекта среди ему подобных [2].

В структуре текста вывески Питера предусмотрено три компонента, а именно, идентифицирующий, квалифицирующий и дифференцирующий. Идентифицирующий компонент представляет собой просто название объекта, например, *магазин, кафе, рынок, парикмахерская*.

Квалифицирующий компонент предполагает уточнение профиля городского объекта, а также ассортимент товаров и услуг. Например, *салон штор, магазин детского питания, магазин детских товаров, салон мебели* и прочее. Как видим, квалифицирующий компонент конкретизирует идентифицирующую информацию, делает ее более полной и понятной.

Дифференцирующий компонент – это индивидуальное название объекта. Это и есть название объекта. Дифференцирующий компонент представлен именами собственными, эргонимами. Например, ресторан «Флагман», кафе «Бриз», салон «У боцмана».

В структуре текста вывески города Санкт-Петербурга может быть и рекламная информация в качестве дополнительной, например, *магазин «Светофор» - территория низких цен, кафе «Невеста» - свадьбы недорого и вкусно, магазин «Меха» - лучшее качество*. Отметим, что именно последний компонент вывески несет основную информацию, базовый смысловой контент.

С позиции грамматического компонента отметим, что вывески могут быть представлены одной словоформой [3], например, *магазин «Ткани», кафе «Каравелла»*, сочетанием слов, например, *магазин «Азбука вкуса», салон «Все для красоты»*, а также глагольными предложениями, например, *кафе «Сели и поели», магазин «Бери и ешь»* и так далее.

В отношении первой группы вывесок отметим, что это названия, которые выражены именами существительными в именительном падеже. Например, *салон «Красавица», школа танцев «Балл»*. Часто встречаются уменьшительно-ласкательные существительные, например, *магазин «Погребок», «Лавашик», столовая «Пирожочки»*.

Вторая группа текстовых вывесок, которая подразумевает сочетания нескольких слов, может быть представлена несколькими подгруппами, а именно, сочетаниями прилагательное + существительное, существительное + существительное без предлогов, а также существительное + предлог + существительное. Например, *магазин «Счастливое детство», салон «Чудеса чудес», магазин «Все для ремонта»*.

Третья группа вывесок является немногочисленной, так как длинные предложения не интересны в ключе жанра городских вывесок. Это могут быть императивные конструкции, вопросительные и вопросно-ответные предложения [4]. Например, *овощной магазин «Покупай дешево», кафе «Ешь - пей», караоке – бар «Споем?», офис денежных займов «Нужно? – Бери, не томи»*.

В контексте лексической семантики отметим, что по характеру тексты вывесок могут быть прямо информирующими, косвенно информирующими, а также условно-символическими, например, *магазин «Пирожки да булки», магазин «Золотая подкова», салон «Принцесса и король»*.

Основными способами номинации питерских заведений являются метафоры и метонимии. Тексты, использующие метонимию, могут непосредственно информировать о роде заведения, например, *рюмочная «На Гороховой», мастерская «Ниточка и иголочка»*. Также они могут косвенно указывать на род деятельности заведения, например, *клуб «Котяра», магазин «Для души и души», салон красоты «Богиня»*.

В зависимости от вида информации, которую должно отражать название заведения, можно выделить следующие группы текстов. Во-первых, названия, которые мотивированы ассортиментом товаров или услуг, например, *мастерская «Туфелька», «Башиачок»*. Во-вторых, это могут быть названия, мотивированные адресантом, например, *магазин «Для Вас», аптека «Здоровье», салон «Красотуля»*. В-третьих, это могут быть номинации, мотивированные адресатом, например, *студия «Локон», салон «Пышка», столовая «Толстячок»*. Также отметим, что названия могут определяться местонахождением объекта, например, *свадебный салон «На Невском», ресторан «Царское Село», бар «На Гороховой»*.

Мы полагаем, что в данной связи также продуктивным способом номинации является тот, который соединяет в себе и метафору, и метонимию [5]. Например, *салон штор «Органза», магазин строительных материалов «Своими руками», студия танцев «Хип-хоп», закусочная «Поедем - поедим»*.

Отметим, что в питерских названиях могут также использоваться приемы языковой игры для большего привлечения внимания потенциальных клиентов, например, *магазин «МастерОК», студия английского языка «Yes ли бы», бюро переводов «ПереводОФФ»* и так далее. Аппетитивность таким названиям обеспечена. Отметим, что в последнее время названия с использованием иноязычных слов постепенно покидают указанный сегмент, и при желании их можно транслитерировать на русский язык.

Лингвистика непосредственно связана с культурной составляющей российского общества, соответственно, в текстах вывесок также отражается большое количество именно лингвокультурологического кон-

тента. Возможно, для русскоязычного потребителя товаров и услуг указанная составляющая не представляет большого интереса, так как специфика общества и менталитет понятны ему с детства [6].

В отношении иностранцев значимость питерских вывесок велика, так как с их помощью существует возможность раскрытия и понимания для них русской культуры, общения, традиций, истории. Более того, региональная специфика также имеет свой вес и позволяет иностранцам дифференцировать по вывескам фактический материал, выявлять возможные диалектизмы, а также прочувствовать специфику того или иного региона.

Питерская особенность текстов вывесок такова, что семантика во многом связана с морем, Петром I, успехами и победами России на протяжении истории, ее мощи и демонстрации свободы, веры, культурного наследия. Поэтому зачастую в текстах фигурируют номинации «*Флагман*», «*Морской бриз*», «*Культурная столица*», «*Победа*», «*Причал*», «*В порту*», «*На набережной*», «*На Дворцовой*», «*У памятника*» и прочие названия.

Существуют некоторые особенности названий на городских вывесках, которые характеризуют Санкт-Петербург как некую приграничную территорию [7]. Например, кафе «*У викинга*», столовая «*Финка*», ресторан «*Западный рубеж*» и прочие названия, отражающие приграничную специфику указанного региона.

Отметим социолингвистическую составляющую текстов городских вывесок г. Санкт-Петербурга. Это означает, что в результате социальных преобразований изменился и облик города, и вывески также, и их наполнение, и характеристики. В связи с широкими международными связями появилось большое количество иностранных заимствованных слов и на вывесках, в том числе [8]. Дискаунтеры, бизнес-центры, стоки, бутик-отели, бары, шоу-румы появились в качестве дифференцирующего компонента, о котором упоминалось выше в данной работе.

Социальные изменения в российском обществе повлекли за собой трансформации и в городской эпиграфике. Появляются названия с использованием разговорного жанра, упрощенности речи, непринужденного общения, увеличивается количество сленговых выражений в названиях. Например, «*На Васьеке*» - сленговое название Васильевского острова, кафе «*Очкарик*», «*Модный прикид*», «*Попса*», «*Лабаз*» и многие другие названия.

Отметим, что вывески отражают утилитарные, эстетические и этические ценности общества того или иного времени или эпохи. Существуют, естественно, и названия, включающие вечные ценности – любовь, дружбу, взаимопомощь, открытость, семью [9]. Названия на городских вывесках показывают статусность заведений, доверие к ним, качество, репутацию, возможные скидки и выгоды. Например, свадебный салон «*Совет да любовь*», консалтинговая фирма «*Доверие*», аптека «*Столетов*», ювелирный салон «*100 карат*», магазин «*Добрый*», салон «*От всей души*», магазин «*Моя семья*», студия «*Для любимых*» и многие другие.

Отметим, что несмотря на глобализацию и международную значимость Петербурга, в последнее время наблюдаются тенденции возвращения к исконно русским названиям, которые также наблюдаются и на городских вывесках. Например, рестораны «*Сударь*», «*Сударушка*», блинная «*Барыня*», кафе «*Советская столовая*», автосервис «*У Михалыча*», такси и рестораны «*Родина*», магазин «*Матрешка*» и многие другие номинации.

Подчеркнем и рекламную составляющую вывесок Петербурга. Рекламная функция в данном сегменте обеспечивается посредством лексических, морфологических, синтаксических и невербальных средств.

Лексические средства – это слова с яркой положительной семантикой, слова иноязычного происхождения, лексемы, характеризующие всеохватность, местоимения с персональным и адресным обращением к потребителю. Например, магазин «*Совершенство*», салон «*Ты лучшая*», магазин «*Мир книг*», студия «*Фэшн Стайл*» и другие.

Морфологические и синтаксические средства предусматривают формы императива [10], например, ресторан «*Наслаждайся*», бар «*Гуляй*», караоке - бар «*Споем на 100%*» и другие.

Непосредственно синтаксические средства также используются для выражения рекламы в вывесках, например, клуб «*Погуляем?*», салон «*Раскрутимся по полной?*» и другие единицы.

К невербальным рекламным средствам городских вывесок Петербурга относится креолизация, т.е. шрифты, цвета, изображения – все, что может привлекать потенциального клиента к заведению.

Таким образом, мы видим, что городские вывески – это не просто тексты, это особенности, специфический жанр, отражающий общество, его преобразования и изменения, это материал, который может способствовать изучению лингвистики, социолингвистики и культурологии на современном этапе.

Данный фактический материал может быть полезен для правильного восприятия российской действительности и языка иностранными студентами, желающими углубить свои знания о городе, жизни его жителей, их менталитете, общении, истории и культуре.

Литература

1. Михайлюкова Н.В. Тексты городских вывесок как особый речевой жанр: монография. Владивосток, 2018. 254 с.
2. Воробьев В.В. Лингвокультурология. Монография. М., РУДН, 2008. 336 с.
3. Лихачева О.Н. Некоторые рекомендации по обучению чтению студентов технических вузов с использованием профильного компонента на занятиях по иностранному языку. Булатовские чтения. 2017. Т. 5. С. 216 – 218.
4. Зиновьева Е.С., Юрков Е.Е. Лингвокультурология – теория и практика. СПб, МИРС, 2009. 292 с.
5. Кулинич М.А. Введение в лингвокультурологию: учебное пособие по спецкурсу. Самара, 2011. 90 с.1.
6. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: учебное пособие. М., Слово. 2014. 144 с.
7. Лихачева О.Н., Меретукова С.К. Формирование ключевых компетенций на занятиях по иностранному языку в неязыковом техническом вузе // Мир науки, культуры, образования. 2018. № 5 (72). С. 113 – 115.
8. Купина Н.А., Матвеева Т.В. Стилистика современного русского языка. М., Юрайт, 2013. 415 с
9. Дальдинова Э.О. Функции и цели рекламы. Актуальные вопросы теории и практики научных исследований: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 2020, С. 97 – 99.
10. Габровский Н.К. Теория перевода: учебник для вузов. М., Просвещение, 2019. 300 с.

References

1. Mihajljukova N.V. Teksty gorodskih vyvesok kak osobyj rechevoj zhanr: monografija. Vladivostok, 2018. 254 s.
2. Vorob'ev V.V. Lingvokul'turologija. Monografija. M., RUDN, 2008. 336 s.
3. Lihacheva O.N. Nekotorye rekomendacii po obucheniju chteniju studentov tehniceskikh vuzov s ispol'zovaniem profil'nogo komponenta na zanjatijah po inostrannomu jazyku. Bulatovskie chtenija. 2017. T. 5. S. 216 – 218.
4. Zinov'eva E.S., Jurkov E.E. Lingvokul'turologija – teorija i praktika. SPb, MIRS, 2009. 292 s.
5. Kulinich M.A. Vvedenie v lingvokul'turologiju: uchebnoe posobie po speckursu. Samara, 2011. 90 s.1.
6. Ter-Minasova S.G. Jazyk i mezhkul'turnaja kommunikacija: uchebnoe posobie. M., Slovo. 2014. 144 s.
7. Lihacheva O.N., Meretukova S.K. Formirovanie kljuchevyh kompetencij na zanjatijah po inostrannomu jazyku v nejazykovom tehnicесkom vuze. Mir nauki, kul'tury, obrazovanija. 2018. № 5 (72). S. 113 – 115.
8. Kupina N.A., Matveeva T.V. Stilistika sovremennogo russkogo jazyka. M., Jurajt, 2013. 415 s
9. Dal'dinova Je.O. Funkcii i celi reklamy. Aktual'nye voprosy teorii i praktiki nauchnyh issledovanij: sbornik statej po itogam Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Ekate-rinburg, 2020, S. 97 – 99.
10. Gabrovskij N.K. Teorija perevoda: uchebnik dlja vuzov. M., Prosveshhenie, 2019. 300 s.

*Li Zheng'o, Postgraduate,
Saint Petersburg State University*

Lexico-semantic characteristics of the texts of city signboards on the material of St. Petersburg

Abstract: in modern linguistics, there is an increasing interest to the city language texts, including city signs. This is a special genre that should be studied in the aggregate of linguistics, sociology and cultural studies. Such texts reflect the specifics of the time, the peculiarities of the language of a particular city, the territorial variation of the literary language of a particular region. City signs form the linguistic and cultural context of the modern metropolis help to reveal the language policy, to think about the linguistic ecology.

The texts of city signboards can be studied directly within the framework of nominative units, as well as in the context of communication. They help to understand the linguistic appearance of the city, to cover the regional component.

The relevance of the study lies in the need for a comprehensive study of the texts of city signboards in St. Petersburg in terms of lexical and semantic analysis for a complete understanding of the linguistic and extra-linguistic specialties of the region.

The object of the study is the texts of signboards in St. Petersburg.

The subject of the study is the lexico-semantic and linguoculturological features of the texts of this genre.

The novelty of the study lies in the fact that for the first time a comprehensive description of the texts of the signboards of the city of St. Petersburg is presented, the specific features of this genre are revealed precisely in the context of the regional component.

The practical significance of the work lies in the possibility of using the obtained research materials in the Russian language classes for Russian and foreign students, within the framework of the subjects of cultural studies and sociolinguistics.

Keywords: lexico-semantic analysis, development, study, features, specifics, city signs, genre

For citation: Li Zheng'o Lexico-semantic characteristics of the texts of city signboards on the material of St. Petersburg. Philological Sciences Bulletin. 2023. 3 (8). P. 114 – 118.

Received: July 20, 2023; Revised: August 16, 2023; Accepted: September 5, 2023.

Марико Мохамед Ламин, преподаватель-исследователь,
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Сложность текста в русских и английских политических документах: тексты ООН

Аннотация: в данном исследовании рассматривается сложность параллельных текстов политических документов – текстов Организации Объединенных Наций – на русском и английском языках. Цель исследования – выявить различия в уровне сложности текстов ООН на основе двух параметров – лексической плотности и лексического разнообразия (*TTR*). Мы создали корпус из порядка 40 000 слов, ограничив количество слов в выборке до 1000 в каждом из 40 текстов (20 текстов на русском и 20 текстов на английском языке). Для анализа языкового материала были использованы программы *Textinspector* и *Rulingva*, а также сопоставительный анализ. Результаты исследования показали, что лексическая плотность русских текстов ООН варьируется от 67 до 71, что означает, что русские тексты ООН превосходят английские по лексической плотности; лексическая плотность английских текстов ООН варьируется от 38,97% до 45,09%, что объясняет меньшую информативность текстов и, следовательно, может влиять на их сложность. Лексическая плотность английских текстов ООН определяется как менее плотная, в отличие от плотности русских текстов ООН. Лексическое разнообразие (*TTR*) русских текстов ООН варьируется в диапазоне от 0,6 до 0,62, а английских текстов ООН – в диапазоне от 0,36 до 0,43, что позволяет говорить о более высоком уровне вариации. В заключительной части работы мы пришли к выводу, что между русскими и английскими текстами ООН существует небольшое различие по параметрам лексического разнообразия (*TTR*), т.е. тексты содержат некоторое количество повторов, что может способствовать лучшему их пониманию. Кроме того, оба параметра могут служить предикторами при исследовании сложности русских и английских текстов ООН.

Ключевые слова: русские тексты ООН, английские тексты ООН, лексическая плотность, лексическое разнообразие, сложность текста, политические документы

Для цитирования: Марико Мохамед Ламин Сложность текста в русских и английских политических документах: тексты ООН // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 119 – 125.

Поступила в редакцию: 18 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 16 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Введение

Лингвистический анализ параллельных текстов ООН на основе русского и английского языков является одной из исследовательских ниш. Необходимость изучения сложности данных текстов определяется высокой значимостью межкультурной коммуникации и установления диалога между англоязычным русскоязычным миром.

Российская история изучения сложности текста берет свое начало более ста лет назад [2]. До начала 21 века исследователи в этой области были в основном изолированы и очень ограничены в своих возможностях из-за отсутствия вычислительных инструментов, способных хранить и обрабатывать большие массивы данных, а также отсутствия сбалансированных и репрезентативных корпусов. К счастью, в настоящее время наблюдается обратная тенденция: у нас есть доступ ко многим вычислительным инструментам, таким как *RuLingva*(<https://rulingva.kpfu.ru>); *TextInspector*(<https://textinspector.com>); *Reader Bench* (<https://readerbench.com/>) и т.д.

В современном языкознании текст рассматривается с точки зрения содержащейся в нем информации. Как продукт речемыслительной деятельности субъекта текст также является материалом для восприятия, интерпретации и т.д. На основании функциональных характеристик текста и интенций автора тексты классифицируются на повествовательные (например, романы, народные сказки), пояснительные (например, учебники, журнальные статьи), побудительные, (например, редакционные статьи, проповеди), или описательные [4].

Тексты могут читаться легко или сложно. Задача современных исследователей заключается в разработке объективных средств измерения сложности их восприятия и понимания.

В представленном исследовании русский и английский тексты ООН рассматриваются как публичные политические документы. Считается, что сложность понимания многих общедоступных политических документов слишком высока для большинства читателей. Например, юридические документы, в частности, трудовые договоры, не всегда полностью понимаются людьми их подписывающими. Исследователи ука-

зывают, что высокий процент непонимания у значительной части населения имеет место и при восприятии анкет, используемых во время опросов и даже переписи населения [7]. Надежность и валидность данных, полученных в результате этих опросов, снижаются, если вопросы содержат сложные слова, если имеют место неоднозначность, сложный синтаксис или содержание, чрезмерно нагружающее когнитивные ресурсы. От последствий такого рода ситуаций страдают и люди, и общество.

Стоит отметить, что русские и английские тексты ООН напрямую касаются прав человека, что делает их специфичными. Таким образом, эти тексты могут относиться к общедоступным документам или рассматриваться как юридические или политические документы.

В статье Е.В. Переверзева [11] исследуются проблемы изучения политических текстов в процессе реализации междисциплинарного подхода. Автор характеризует главные задачи, которые стоят на пути развития методологии качественных исследований профессионального дискурса в контексте гуманитарных наук. Целью решения этих проблем является применение авторской мультипараметрической модели политического дискурса, которая позволяет изучать этот феномен с учетом многообразия методологического инструментария междисциплинарной сферы. Описываемая модель представляет собой систему, в которой выделяют следующие параметры дискурса:

- теологический;
- онтологический;
- эпистемологический;
- лингвистический;
- текстовый;
- контекстуальный;
- коммуникативный.

Диагностика значений параметров приводит к оценке политических заявлений и текстов с целью их функционального и прагматического согласования. Основными функциями политических дискурсов являются информационная, инструментальная, нормативная, легитимирующая и предсказательная в свете властно-распределительных, запретительных, регулирующих и побудительных отношений.

В статье Н.А. Левковской [8] исследуется задача интерпритации политического текста, а также изучения особенностей влияния политического речевого воздействия в его опосредованной манифестации через СМИ. При этом исследователь основывается на том, что медиатекст на самом деле имеет ориентацию на адресата, а его роль в процессе коммуникации проявляется в диалогическом монологе. В работе анализируется функционирование социокоммуникативных моделей фрагмента. В работе исследуются три таких модели:

- 1) информационно-когнитивная;
- 2) эмоционально-экспрессивная;

3) риторическая и декларативная. Каждой модели соответствует своя функция, которая заключается в возможности повысить воздействующий характер политического текста и позволить говорящему или пишущему влиять на коммуникацию человека, воспринимающего текст. Информативно-когнитивная модель выполняет функции требования развития текста нарратива. Выразительно-эмоциональная модель выполняет следующие функции: включение адресата в имплицитный диалог, усиление эмоционального воздействия, порождение чувства страха. Риторикодекларативная модель связана с риторическим заданием, целью которого является донести до адресата необходимую для автора мысль в "неопределенной" форме. В работе проведен анализ на примере текста информационных и аналитических статей и политического эссе. Вторая модель в большей степени характеризует именно материалы информационно-аналитической статьи. Третья модель более характерна для политических эссе.

Согласно А.П. Чудинову [3], дискурс определяется как сложное для понимания текста информационное понятие. Дискурс в этом смысле выходит за рамки лингвистики, он является предметом исследований в различных областях, включая политическую лингвистику, лингвокультурологию и социолингвистику.

В рамках современной теории дискурса учитываются такие аспекты текста, как грамматика и прагматика, а также анализ установок, мнений коммуникантов, их социокультурной принадлежности и т.д. Кроме того, личностные характеристики носителей языка, такие как их намерения, чувства и эмоции, - все это представляет собой внеязыковые факторы, которые участвуют в процессе формирования и понимания дискурса. Исследователи утверждают, что одна сторона дискурса не только учитывает ситуацию, но и обращается к различным личностным и социальным характеристикам, которые могут быть антропологическими, лингвистическими и культурными. Что касается другой стороны дискурса, то она учитывает область мышления общающегося индивида, а также отражает внешний контекст.

Политические новости и научный дискурс обычно относятся к одному жанровому понятию. Следует отметить, что однозначное определение политического дискурса затруднено не только в силу его абстрактности, но и в связи с отсутствием однозначного термина "политика".

Одним из характеристик политического дискурса является интертекстуальность. В рамках такого дискурса разнообразные тексты оказываются взаимосвязанными, но эта интертекстуальность более сложна в смысле уникальности текста. В этом смысле текст может быть и неизвестным, и неуловимым, и труднодоступным для понимания цитат. Таким образом, интертекст стал целым элементом политического дискурса, то есть в политических выступлениях обычно используются фрагменты текстов тех же политиков.

Политический дискурс, как частное понятие, сопоставляемое с общим понятием, имеет коммуникативную сторону. Можно предполагать, что при общении говорящий преследует определенную цель. Эта цель заключается в том, чтобы быть понятым слушателем. Достижение этой цели основывается на некоторых параметрах, которые характеризуют как слушающих, так и говорящих. В процессе общения говорящий не только уделяет внимание языковым навыкам, но и старается учитывать такие характеристики слушателя, как поддержка, чувство симпатии, а также сочувствие. Кроме того, говорящий использует риторические и позиционные приемы с помощью интертекста, который может содержать цитаты из других текстов.

Поскольку интертекст имеет два аспекта, первый из них – это код, сокращающий притяжательные местоимения как "наш" и "их". Во втором случае интертекст рассматривается как предшествующий текст, который подтверждает все тексты, используемые говорящим, причем эти тексты могут быть как официальные, так и широко распространенные в том или ином социальном сообществе. В целом, можно сказать, что разнообразие интертекстов в политических текстах доказывает прагматическую характерность политического дискурса.

В качестве лексических элементов рассматриваются содержательные слова, а именно существительные, прилагательные, глаголы и наречия. В этом исследовании мы выбрали два параметра: лексическую плотность и лексическое разнообразие (*TTR*). Эти параметры были выбраны по двум причинам. Во-первых, большая часть ученых, таких как V. Johansson [8] и М.А.К. Halliday [5] утверждают, что именно эти параметры могут помочь определить сложность текста. Например, считается, что текст с высокой лексической плотностью легко понять. Напротив, текст с низкой плотностью понять труднее. Согласно М.А.К. Halliday [6], письменный язык имеет гораздо более высокую лексическую плотность. Вторая причина заключается в том, что наше исследование является сравнительным, поэтому для нас было крайне важно выбрать одни и те же параметры измеряемые при помощи *TextInspector* и *Rulingva*.

Поясним суть данных параметров. Термин «лексическая плотность» используется при анализе текста для описания пропорции знаменательных слов (существительных, глаголов, прилагательных и наречий) к общему количеству словоформ. V. Johansson [8]. М.А.К. Halliday [5] отмечают, что лексическая плотность является мерой плотности информации в любом отрывке текста в зависимости от того, насколько плотно лексические элементы (знаменательные слова) упакованы в грамматическую структуру. Знаменательные слова жизненно важны для объяснения информации.

Лексическое разнообразие (*TTR*) – измеряет, насколько разнообразен словарный запас языкового образца или текста. Высокий *TTR* указывает на высокую степень лексической изменчивости, тогда как низкий *TTR* указывает на обратное. Диапазон находится между значениями: теоретическим 0 (бесконечное повторение одного типа) и 1 (исключительное неповторение слов в корпусе). В ряде исследований принято представлять не абсолютные, но относительные метрики *TTR* (%), умножая соотношение на 100.

Материалы и методы

Для данного исследования мы использовали данные с сайта ООН (https://www.ohchr.org/en/ohchr_homepage), создав корпус, состоящий примерно из 40 000 словоформ. Выборки отдельных текстов ограничены по количеству слов до значения 1000 единиц в каждом из 40 текстов (20 текстов на русском и 20 текстов на английском языке) (табл. 1). Кроме того, мы выбрали два параметра (лексическая плотность и лексическое разнообразие) для определения сложности в русских и английских текстах ООН. Для определения этих параметров мы использовали два онлайн-инструмента (*Rulingva* и *TextInspector*).

Насколько нам известно, ни в одном из предыдущих исследований не рассматривались русские и английские тексты ООН. Поэтому мы ограничили наши выборки до 1000 слов, основываясь на аргументе D. Viber [1] о том, что корпус должен быть достаточно большим, чтобы адекватно представлять изучаемые характеристики. Например, при изучении лексики размер корпуса является наиболее важным фактором. Распределение словарного запаса, описывающее количество слов, не является линейным. Это происходит потому, что слова имеют тенденцию повторяться в корпусе, и чем больше корпус, тем больше повторяющихся слов в нем содержится. Например, мы можем найти 500 типов слов в тексте объемом в 1000 слов, но

очень маловероятно, что мы найдем 5000 типов слов в корпусе объемом 10000 слов, а найти 500000 типов слов в корпусе объемом 1 миллион слов будет невозможно. Следовательно, словарный запас имеет нелинейное распределение: по мере увеличения объема корпуса мы обнаруживаем лишь пропорционально небольшое увеличение количества новых типов слов.

Таблица 1

Русские и английские тексты ООН (лексическая плотность; лексическое разнообразие/TTR)

Тексты ООН на русский и английский языки	Лексическая плотность		Лексическое разнообразие (TTR)	
1	71,37%	38,97%	0,57	0,37
2	71,20%	44,13%	0,58	0,4
3	70,20%	42,52 %	0,59	0,4
4	69,29%	38,9 %	0,6	0,36
5	72,40%	43,57 %	0,53	0,4
6	71,11%	41,29 %	0,54	0,36
7	69%	38,39 %	0,54	0,37
8	69,70%	41,26 %	0,52	0,4
9	69,24%	43,38%	0,56	0,41
10	68,49%	39,72 %	0,57	0,35
11	69,42%	40,57 %	0,53	0,37
12	68,66%	42,77 %	0,51	0,41
13	71,05%	41,26%	0,55	0,39
14	67,12%	40,17%	0,56	0,38
15	74,65%	44,26%	0,56	0,38
16	69,61	39,3 %	0,6	0,33
17	71,02%	45,05 %	0,62	0,43
18	70,53%	41,53 %	0,61	0,38
19	71,14%	38,98 %	0,55	0,37
20	68,48%	45,09%	0,52	0,4

Наш вывод согласуется с результатами других исследований, проведенных в области сложности текста. В качестве ориентира мы приняли теорию J. Уге [12], согласно которой текст не является плотным, если он колеблется между значениями 41% и 50%; менее плотным текст считается, если он колеблется между значениями 51% и 60%; текст является плотным, если он колеблется от 61% до 70%; очень плотным, если он выше 70%.

Результаты исследования

В таблице, в которой мы привели выше, наглядно показано различие между русской и английской текстами ООН по параметру лексической плотности и лексического разнообразия (TTR). Первая строка указывает на количество текстов; второй ряд представляет лексическую плотность русских текстов ООН в сравнении с лексической плотностью английских текстов ООН в третьем ряду; четвертая строка содержит сведения о лексическом разнообразии (TTR) русских текстов ООН, а пятая строка отражает данные о лексическом разнообразии (TTR) английских текстов ООН. Как уже упоминалось, в этом разделе мы сравниваем и противопоставляем лексические особенности как русского, так и английского текстов ООН. Например, лексическая плотность русского текста 1 составляет 71,37%, что указывает на более высокую лексическую плотность по сравнению с английским текстом 1, который составляет 38,97%. С другой стороны, TTR русского текста 1 составляет 0,57 по сравнению с английским текстом 1, который составляет 0,38; оба они показывают более высокий TTR.

Основываясь на данных приведенной выше таблицы, мы можем предположить, что русские тексты ООН более информативны, чем английские тексты ООН, то есть первые содержат больше лексических единиц, чем последние, поскольку высокая лексическая плотность подразумевает, что автор мог использовать более разнообразный словарный запас для облегчения понимания.

Обсуждение

Наши результаты показали, что 2 параметра, выбранных в этом исследовании, т.е. лексическая плотность и лексическое разнообразие (*TTR*) могут служить предикторами при определении сложности русских текстов ООН. Во-первых, лексическая плотность варьировалась от 67% до 74%, что означает, что тексты являются лексически плотными, если мы обращаемся к теории, принятой J. Ure [12], который указал, что текст является плотным, когда показатель его лексической плотности выше 40%.

Во-вторых, мы рассчитали лексическое разнообразие (*TTR*). *TTR* Type-Token-Ratio – это измерение отношения, при котором количество типов (количество уникальных слов) делится на токены (общее количество слов). Этот расчет дает соотношение от 0 до 1, причем более высокое значение указывает на более разнообразный словарный запас в данной выборке Malvern и др. [10]. Таким образом, *TTR* в нашем исследовании колеблется от 0,56 до 0,62, что считается относительно разным, поскольку пропорция варьируется от 0 до 1. Теоретически *TTR* падает из-за характера языка и повторения функциональной лексики, такой как предлоги и артикли. Исследователь Malvern и другие связывают теоретическую причину этого наблюдаемого явления: «Когда мы добавляем дополнительное слово в языковую выборку, это всегда увеличивает общее количество слов, но увеличивает количество уникальных слов только в том случае, если это слово не использовалось ранее... Поэтому количество уникальных слов уменьшается по сравнению с общим количеством слов, и *TTR* неизбежно падает» [10, с. 22].

Как правило, тексты с меньшей лексической плотностью воспринимаются легче, а устные тексты имеют более низкий уровень лексической плотности, чем письменные тексты [12, 5]. Таким образом, автор мог использовать несколько синонимов с меньшим количеством повторений, что может повлиять на сложность.

Заключение

В заключение следует отметить важность данного исследования, поскольку в нем сделан вывод о том, что лексическая плотность, лексическое разнообразие (*TTR*) в сорока текстах ООН могут помочь определить сложность как русских, так и английских текстов ООН. Результаты показали, что большинство текстов являются плотными, т.е. их плотность превышает 40%, что, согласно положению теории J. Ure [12] о том, что если в тексте плотность выше 40%, то, вероятно, он содержит много информации. Чем больше информации в тексте, тем больше информации, тем больше понимания дает нам такой текст. В данном исследовании лексическая плотность русских текстов ООН варьировалась от 67 до 74, то есть русские тексты ООН очень плотные. Это предполагает, что автор использовал разнообразную лексику для передачи смысла, что может влиять на сложность. Для английских текстов ООН лексическая плотность варьировалась от 38 до 45%, что объясняет, что английские тексты ООН менее лексически плотные, чем русские тексты ООН. На основе анализа сорока письменных текстов (20 русских и 20 английских) было доказано, что лексическая плотность и разнообразие коррелируют со сложностью текста, так как метрики лексического разнообразия (*TTR*) отобранных текстов варьируется от 0,56 до 0,62 для русских текстов ООН и от 0,36 до 0,41 для английских текстов ООН, что означает, что тексты относительно плотные и разнообразные.

В целом мы использовали лексическую плотность и лексическое разнообразие (*TTR*) для определения сложности русских и английских текстов ООН. Хотя тексты ООН рассматриваются как политические тексты, мы поддерживаем точку зрения, что если лексическая плотность и лексическое разнообразие (*TTR*) используются многими учеными [8, 12] для определения сложности академических текстов, то их можно адаптировать и для измерения сложности русских и английских текстов ООН, как это сделано в данном исследовании.

Литература

1. Biber D. Methodological issues regarding corpus-based analyses of linguistic variation // *Literary and Linguistic Computing*. 1990. Vol. 5. Iss. 4. P. 257 – 269.
2. Choldin M.T. Rubakin, Nikolai Aleksandrovic. In A. Kent, Lancour H., Nasri W.Z. (Eds.) *Encyclopedia of library and information science* // Boca Raton, FL: CRC Press. 1979. P. 178 – 179.
3. Chudinov A.P. *Metaphorical mosaic in modern political communication: Monograph* / Ural State Ped. Communication: Monograph / Ural State Pedagogical University. Ekaterinburg, 2003. 248 p.
4. Fang Z. The language demands of science reading in Middle School // *International Journal of Science Education*. 2006. № 28. P. 491 – 520.
5. Halliday M.A.K. *Spoken and written language*. Geelong Victoria: Deakin Univ. Press, 1985. 109 p.
6. Halliday M.A.K. *Some Grammatical Problems in Scientific English*. *Writing science: literacy and discursive power*. London: The Falmer Press, 1993. P. 76 – 94.

7. Pentimonti J.M., Zucker T.A., Justice L.M. et al. Informational text use in preschool classroom read-alouds // *The reading teacher*. 2010. Vol. 63. P. 656 – 665.
8. Johansson V. Lexical diversity and lexical density in speech and writing: a developmental perspective // *Working papers*. 2008. Vol. 53. P. 61 – 79.
9. Levkovskaya N.A. Diological aspect of political discourse // *Linguistics & Polyglot Studies*. 2020. № 21. P. 28 – 33.
10. Malvern D., Richards B., Chipere N. et al. *Lexical diversity and language development: quantification and assessment*. Basingstoke, UK : Palgrave Macmillan, 2004. 288 p.
11. Pereverzev E.V., Kozhemyakin E.A. Political discourse: a multi-parameter model // *Vestnik of Voronezh State University. Linguistics and Intercultural Communication*. 2008. № 2. P. 74 – 79. Bibliography: p. 79.
12. Ure J. Lexical density and register differentiation // *Applications of linguistics: selected papers of the Second International Congress of Applied Linguistics (Cambridge 1969)* / ed. G.E. Perren, J.L. M. Trim. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1971. P. 443 – 452.

References

1. Biber D. Methodological issues regarding corpus-based analyses of linguistic variation. *Literary and Linguistic Computing*. 1990. Vol. 5. Iss. 4. P. 257 – 269.
2. Choldin M.T. Rubakin, Nikolai Aleksandrovic. In A. Kent, Lancour H., Nasri W.Z. (Eds.) *Encyclopedia of library and information science*. Boca Raton, FL: CRC Press. 1979. P. 178 – 179.
3. Chudinov A.P. *Metaphorical mosaic in modern political communication: Monograph*. Ural State Ped. Communication: Monograph. Ural State Pedagogical University. Ekaterinburg, 2003. 248 p.
4. Fang Z. The language demands of science reading in Middle School. *International Journal of Science Education*. 2006. № 28. P. 491 – 520.
5. Halliday M.A.K. *Spoken and written language*. Geelong Victoria: Deakin Univ. Press, 1985. 109 p.
6. Halliday M.A.K. *Some Grammatical Problems in Scientific English*. *Writing science: literacy and discursive power*. London: The Falmer Press, 1993. P. 76 – 94.
7. Pentimonti J.M., Zucker T.A., Justice L.M. et al. Informational text use in preschool classroom read-alouds. *The reading teacher*. 2010. Vol. 63. P. 656 – 665.
8. Johansson V. Lexical diversity and lexical density in speech and writing: a developmental perspective. *Working papers*. 2008. Vol. 53. P. 61 – 79.
9. Levkovskaya N.A. Diological aspect of political discourse. *Linguistics & Polyglot Studies*. 2020. № 21. P. 28 – 33.
10. Malvern D., Richards B., Chipere N. et al. *Lexical diversity and language development: quantification and assessment*. Basingstoke, UK : Palgrave Macmillan, 2004. 288 p.
11. Pereverzev E.V., Kozhemyakin E.A. Political discourse: a multi-parameter model. *Vestnik of Voronezh State University. Linguistics and Intercultural Communication*. 2008. № 2. P. 74 – 79. Bibliography: p. 79.
12. Ure J. Lexical density and register differentiation. *Applications of linguistics: selected papers of the Second International Congress of Applied Linguistics (Cambridge 1969)* / ed. G.E. Perren, J.L. M. Trim. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1971. P. 443 – 452.

*Mariko Mohamed Lamin, Teacher-Researcher,
Kazan (Volga Region) Federal University*

Complexity of the text in Russian and English political documents: UN texts

Abstract: this study examines the complexity of Russian and English political documents, more specifically the texts of the United Nations.

The purpose of the study is to make an attempt to determine the complexity of Russian and English UN texts using two parameters – lexical density and lexical diversity (*TTR*). *Materials and methods* include the texts of the United Nations by utilizing *Textinspector* and *Rulingva* to compute them. We created a corpus of approximately 40,000 words by limiting the samples to 1,000 words in each of 40 texts, i.e., 20 texts in Russian and 20 texts in English. The findings showed that lexical density of Russian UN texts varied between 67 and 71, which implies that Russian UN texts are higher than English UN texts in terms of lexical density; that is, lexical density of English UN texts varied between 38.97% and 45.09%, which indicates that the texts are less informative and therefore may impact complexity. As a result, lexical density of English UN texts is categorised *less dense* in contrast to Russian UN texts which is *dense*. Lexical diversity (*TTR*) of Russian UN texts varied between 0.6 and 0.62 and English UN texts varied between 0.36 and 0.43, which indicates higher degrees of variation. *In conclusion*, we have found that there is a slight difference between Russian and English UN texts in terms of lexical diversity (*TTR*); that is, the texts contain a number of repetitions which may facilitate comprehension. Besides, both parameters could serve as predictors when investigating the complexity of Russian and English UN texts.

Keywords: Russian UN texts, English UN texts, lexical density, lexical diversity, text complexity, political documents

For citation: Mariko Mohamed Lamin Complexity of the text in Russian and English political documents: UN texts. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 119 – 125.

Received: July 18, 2023; Revised: August 18, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Пучнина О.П.,
Казанский (Приволжский) федеральный университет*

Морфологические особенности оформления несобственно-прямой речи на материале прозы Марины Цветаевой

Аннотация: исследование теоретических и прикладных вопросов несобственно-прямой речи как особого способа воссоздания чужой речи в нарративном поле продолжает привлекать внимание современных лингвистов. Немалый интерес представляет изучение несобственно-прямой речи с позиций произведений, написанных от 1-го лица, что обусловило выбор предмета исследования (автобиографическая проза и письма М. Цветаевой – тексты от самого субъекта речи). В силу недостаточной степени изученности данного филологического направления настоящая работа представляется достаточно актуальной. Автор статьи рассматривает специфику морфологического оформления несобственно-прямой речи и описывает черты темпорально-прономинальной транспозиции в некоторых европейских языках и в русском языке в частности на примере прозаических текстов Марины Цветаевой.

Ключевые слова: несобственно-прямая речь, М.И. Цветаева, темпорально-прономинальная транспозиция, система времён, глагольная форма, местоимение, план автора, план персонажа

Для цитирования: Пучнина О.П. Морфологические особенности оформления несобственно-прямой речи на материале прозы Марины Цветаевой // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 126 – 130.

Поступила в редакцию: 23 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 16 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Проблемы лингвистической структуры несобственно-прямой речи (далее НПР) тесно связаны с проблемой её выделения в художественном тексте. А.А. Андриевская, исследуя вопрос о принципах распознавания НПР, замечает, что даже при полном отсутствии формальных грамматических конструктивных признаков («нулевая синтаксема»), НПР легко поддаётся опознаванию, «тотчас безошибочно угадывается по смысловым признакам, допустимым всей стилистической тональностью её словесной ткани...» [1, с. 77-78]. Т.Ф. Мартынюк считает, что именно грамматические способы выражения НПР дают возможность безошибочно выделить её из авторской речи, как прямую или косвенную речь [8, с. 8-9].

Е.Я. Кусько не согласна с данной позицией и называет в качестве примера произведения К. Вольф, Г. Канта, В. Бройдинга, в которых, по мнению учёного, демаркация НПР сопряжена со значительными трудностями, ибо сущностные признаки НПР у этих авторов вытесняются новыми признаками, связанными не только с НПР, но и другими способами репродукции чужой речи [7, с. 93-94]. В связи с этим, справедливым представляется замечание Г. Шторц о том, что путём лишь грамматического анализа феномен НПР не постижим, но без него тем более [18, с. 42], поэтому целесообразно рассматривать НПР в двух плоскостях – с точки зрения субъектно-авторской взаимосвязи и с точки зрения её лингвистической репрезентации [7, с. 94].

Большинство исследователей НПР отмечает следующие лингвистические признаки, определяющие её сущность:

- 1) местоименное и временное транспонирование;
- 2) использование инферентных лексических структур, вводно-модальных слов и выражений, элементов устной разговорной речи;
- 3) экспрессивный синтаксис (вопросительные и восклицательные предложения, синтаксическая элизия, эллиптические, неполные и номинативные предложения, гипотактическая линейная связь).

Стоит заметить, что не все перечисленные признаки можно обнаружить в каждом отдельном случае НПР, однако, как показывают наблюдения зарубежных и отечественных лингвистов, эти признаки можно считать относительно постоянными лингвистическими параметрами НПР в русской, английской, немецкой, французской, испанской и других мировых литературах.

В данной статье остановимся на морфологических особенностях НПР. В первую очередь темпорально-прономинальная транспозиция отмечается учёными как основной морфологический признак НПР. Исследуя НПР в русской, английской, немецкой, французской и испанской литературах, исследователи (Г.Г. Инфантова, Н.С. Поспелов, Е.С. Полташевская, А. Нойберт, Е.А. Гончарова, Х. Биссингер, А.А. Андриевская,

Н.Ю. Сахарова, В. Шоллер, Е.Я. Кусько, О.А. Блинова, Е.Е. Беличенко и многие другие заключают, что в НПР преобладает 3 лицо ед. ч. и претеритальные вербальные формы (т.е. формы прошедшего времени).

Тем не менее, наличие общих лингвистических тенденций НПР в разных языках не свидетельствует о её абсолютной тождественности. Существуют определённые незначительные отличия в морфологии НПР в разных языках.

Темпоральная система. В морфологической системе НПР в английской, немецкой, французской, испанской и других мировых литературах продуктивной является модель: 3-е лицо ед. ч. + прошедшее время глагола. Трудно с определённой точностью сказать, почему именно эта модель утвердилась в НПР, возможно потому, что в художественной литературе она позволяет вести повествование опосредованно, т.е. имеет опосредованный авторской речью характер [7, с. 96-97]. Тем не менее, высказываются мнения, что обязательный сдвиг временного плана переданной речи необязательно должен сопровождаться транспозицией времён по типу косвенной речи [4, с. 6; 3, с. 93].

В русском языке темпоральная система в косвенной речи и НПР имеет свои отличительные признаки. Например, И.И. Ковтунова пишет о контекстуально обусловленных значениях временных форм глаголов в русском языке [6, с. 141]. В.В. Сысоева отмечает нейтрализацию оппозиции текста автора и текста персонажа по грамматическому признаку глагольного времени: прошедшее нарративное время повествователя по форме совпадает с прошедшим временем персонажа [9, с. 16].

В диссертации Е.Е. Беличенко встречаем утверждение о том, что в случае выделения НПР на фоне временной структуры однородность или разнородность объединения авторского и персонажного планов служит цели маркировать границы НПР. Авторское повествование представляет абсолютное значение времени, в речи персонажа представлено условное значение времени. Модус персонажа (модус реминисценций, модус рефлексий, модус понимания и т.д.) определяет выбор темпоральной формы в НПР [2, с. 16].

В следующем ниже примере НПР из повести «Живое о живом» при передаче реакции Марины на обидевшее её высказывание друга используются настоящее и будущее время: *В ответ на мое извещение о моей свадьбе с Сережей Эфроном Макс прислал мне <...> самые настоящие соболезнования. <...> Я, новообращенная жена, вскипела: либо признавай меня всю, со всем, что я делаю и сделаю (и не то еще сделаю!) – либо...* [10, с. 191]. В цитируемом отрывке как-бы стираются границы между прямой речью и НПР: после глагола, выражающего эмоциональную реакцию «вскипеть», и двоеточия, после которого традиционно употребляется прямая речь, М. Цветаева использует НПР. Причём научный интерес представляет тот факт, что НПР в этом примере содержит ни произнесённую речь, ни мысленную речь, а письменную речь Марины, т.е. либо её мысленное возмущение при прочтении письма, либо восклицание при написании ответного письма другу. Любопытно, что нельзя с уверенностью определить к какой речи – внутренней или внешней – принадлежит реакция, оформленная в виде вставной конструкции, что лишний раз доказывает оригинальность идиостиля М.И. Цветаевой.

Похожее наблюдаем в приведённом ниже отрывке из рассказа «Чёрт»: Марина описывает воспоминания о том, как её отец дал ей рубль, чтобы она отдала его по окончании богослужения батюшке. Морфологически НПР автоперсонажа оформлена за счёт будущего времени. Переход от плана автора к плану героя осуществляется на уровне пунктуации (тире и двоеточие). Как и в случае с предыдущим примером невозможно точно определить какой речи принадлежит предложение «не дам!» (произнесла она его или проговорила мысленно):

<...> рубль как зубами врезался отточенным своим краем в руку, сжатую для верности в кулак, и я всю исповедь как ногами простояла на одном – не дам! И дала только в последнюю секунду, совсем уже уйдя <...> из страха: а вдруг батюшка погонится за мной через всю церковь? [11, с. 44].

Прономинальная система. Как отмечалось ранее, для прономинальной системы НПР характерным является прежде всего 3 лицо ед. числа. Д. Фаульзайт считает, что причина данной продуктивности формы 3 лица в «трёхполюсности повествовательной ситуации», ибо автор выступает своеобразным посредником между объектом изображения и читателем. По словам немецкого учёного, форма 3 лица композиционно расширяет пространственную перспективу и не ограничивает автора в повествовании, как форма 1 лица [12, с. 58]. В. Кайзер признаёт ценность формы 3 лица в НПР в том, что в ней всегда присутствует автор: т.е. он не исчезает, а «ощущается в употреблении 3 лица» [15, с. 147].

Тем не менее, ряд учёных приводят замечания о том, что 3 лицо вовсе не обязательно в НПР, и местоименная транспозиция не всегда выступает характерным признаком НПР [2, с. 17; 7, с. 111]. Так, в диссертации Е.Е. Беличенко находим утверждение о том, что в отнесении текстового фрагмента к НПР, в-первых, следует отталкиваться от семантики текста, а не от местоименной транспозиции в частности. Авторский голос в НПР может присутствовать и в случаях с 1 лицом в НПР, что отражает переосмысление лица персонажа [2, с. 17-18].

Е.Я. Кусько пишет, что кроме 3 лица в НПП наиболее употребительны 1 лицо ед. и мн. числа и 2 лицо ед. числа [7, с. 111]. НПП с формами 1 лица ед. числа употребляется в произведениях, написанных от 1 лица, а также в повествовании от 3 лица. В романах и рассказах от 3 лица появление в НПП 1 лица зачастую связано со сменой повествовательных перспектив. В силу причин психологического или композиционного порядка происходит скольжение перспективы 3 (или 2 лица) в «монопersonальную», по словам Р. Вебера, перспективу 1 лица, таким образом, создаётся «мультиформатная» повествовательная основа [19, с. 74-75]. О.А. Блинова описывает случаи нетипичного прономинального сдвига в повествовании от 1 лица и пишет о необходимости выравнивать систему личных местоимений в НПП по лицу, от которого ведётся повествование [3, с. 96].

Относительно художественно-эстетической значимости формы 1 лица высказываются полярные мнения. Западногерманский писатель и критик В. Йенс считает форму 1 лица основной формой современного романа [14, с. 111]. Резко негативное отношение к этой форме высказывает Н. Саррот, которая отмечает, что «я» выражает в литературе с повествованием от 1 лица «всё» и «ничего» и является, фактически, отражением автора, захватившего себе главную роль. По её мнению, все другие персонажи лишаются своего существования и превращаются в «видение, грёзы, намёки, иллюзии или возможности этого всемогущего «я» [17, с. 35].

Д. Фаульзайт придерживается несколько иного мнения относительно формы 1 лица. Её эстетическое влияние и эстетическую значимость он видит в возможности достичь непосредственности и известной драматизации изображаемых событий [12, с. 58].

Большой интерес представляет функционирование местоименных форм в НПП романов и рассказов, написанных от 1 лица. Изучая этот вопрос, Г.Г. Инфантова отмечает, что в повествовании от 1 лица «легче бросается в глаза НПП, которой передаются высказывания или размышления не самого автора, а другого персонажа произведения» [5, с. 13].

Е.Я. Кусько утверждает, что в произведениях от 1 лица, как правило, основную идейно-художественную нагрузку несёт образ автора-повествователя, рассказчика, который в большинстве случаев является одновременно главным героем, поэтому в таких произведениях важно проследить эстетическое функционирование НПП не у других героев, а именно в повествовательной канве главного-героя рассказчика. Демаркация НПП в произведениях от 1 лица сопряжена со значительными трудностями, поскольку с одной стороны, отсутствует прономинально-темпоральная транспозиция, а с другой – труднее обнаружить контаминацию перспектив. Для обозначения субъекта речи в таких случаях употребляется обычная форма 1 лица, а НПП фиксируется не на основании прономинально-вербальной структуры, а с учётом лексико-семантической и синтаксической основы, с учётом её особого наполнения: с точки зрения автора-повествователя и с точки зрения автора-героя [7, с. 112].

Так и в анализируемых произведениях Марины Цветаевой отмечаем использование местоимений именно 1 лица (я, мы) в силу характера исследуемого материала. Проиллюстрируем особенности использования местоимений 1 лица ед. ч. в НПП М. Цветаевой примером из цитированного выше рассказа «Чёрт», в котором автор описывает своё странное детское увлечение образом Чёрта: *Одним из первых тайных ужасов и ужасных тайн моего детства (младенчества) было: «Бог - Черт!» <...> И здесь уже Валерия была ни при чем – да и кто при чем? И в каких это – книгах и на каких это – картах? Это была – я, во мне, чей-то дар мне – в колыбель [11, с. 43].*

Также для разграничения НПП при наличии формы 1 лица ед. числа важно обнаружить признаки дистанцирования внутри кажущейся идентификации, т.е. обнаружить субъектный план в структуре авторского повествования. В качестве субъектных регистров при этом могут выступать модальные слова и выражения, разговорно-бытовая лексика и эмоционально-экспрессивный синтаксис. В приведённом выше примере, на наш взгляд, о субъектном плане литературного персонажа (маленькой Марины), главным образом, свидетельствуют выразительный синтаксис (вопросительные предложения, параллельные конструкции, повторы) и пунктуация (использование характерного для М. Цветаевой тире) на фоне нейтральной лексики.

В целом же, форма 1 лица, хотя и употребляется в НПП, не может быть отнесена к числу её конститутивных признаков. В поле зрения исследователей форма 1-го лица мн. числа попадала крайне редко. В работах Э.Г. Ризель, советского языковеда австрийского происхождения, встречаются наблюдения о семантической структуре и стилистическом значении этой формы, которая объединяет перспективы автора, персонажа и читателя, создавая впечатление всестороннего слуха речи и видения происходящего события [16, с. 143-144].

Е.Я. Кусько описывает случаи НПП с формой 2-го лица, которая по её наблюдениям чаще всего встречается в случаях внутренней НПП, когда персонаж или автор-повествователь обращается к своему внутреннему «я» для того, чтобы мысленно поговорить с собой о наблевшем или предстоящем, чтобы решить

что-то [7, с. 113]. П. Фрелинг характеризует подобное внутренне рефлексирование как «диалог с ты или вторым я» [13, с. 160]. В ходе подобного воображаемого диалога рассказчик (персонаж) как-бы раздваивается и выступает одновременно в роли «я» и в роли собеседника. Создается впечатление особой интимности, элиминирующей временные и пространственные дистанции. В ряде случаев форма 2-го лица в структуре НПП сопоставляется не своим внутренним «я», а передаёт мысленное обращение к другому лицу, воображаемый диалог с ним. В приведённом ниже примере цитатной НПП из повести «Живое о живом» М. Цветаева описывает диалог с М. Волошиным на заре их знакомства.

<...> помню только одно:

– Когда вы любите человека, вам всегда хочется, чтобы он ушел, чтобы о нем пометать. Ушел подальше, чтобы пометать, подольше. Кстати, я должен идти, до свиданья, спасибо вам.

Как? Уже? <...> Пустая передняя, скрип парадного, скрип мостков под шагами, калитка...

Когда **вы** любите человека, **вам** всегда хочется, чтобы он ушел, чтобы о нем пометать [10, с. 199-200]. После ухода друга Марина цитирует его слова, ведя таким образом мысленный диалог с ним.

Итак, мы видим, что в морфологической системе НПП в русской, английской, немецкой, французской, испанской и других мировых литературах продуктивной является модель: 3-е лицо ед. ч. + прошедшее время глагола. Несмотря на подобную традицию, ряд зарубежных и отечественных исследователей пишет о том, что 3 лицо вовсе не обязательно в НПП; кроме 3 лица в НПП также отмечается частое использование местоимений 1 лица ед. и мн. числа и 2 лица ед. числа. Так и в анализируемых произведениях Марины Цветаевой отмечается использование местоимений именно 1 лица (я, мы) в силу автобиографичного характера иллюстративного материала. В части временных форм наблюдаем симбиоз временных структур авторского и персонажного планов НПП. Описанные морфологические характеристики НПП, как и в целом лингвистические особенности НПП в текстах М. Цветаевой (лексика, выразительный синтаксис, разнообразное структурное и пунктуационное оформление НПП) служат цели воссоздать сложный и порой причудливый внутренний мир героя.

Литература

1. Андриевская А.А. Несобственно-прямая речь в современной французской художественной прозе: дис. ...д-ра филол. наук. Киев, 1968. 452 с.
2. Беличенко Е.Е. Несобственно-прямая речь в языке художественной литературы: на материале анималистической прозы: дис. ...канд. филол. наук. СПб., 2006. 194с.
3. Блинова О.А. Лингвокогнитивный аспект репрезентации несобственно-прямой речи (на материале произведений Э. Хемингуэя): дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2015. 167 с.
4. Борисова Е.С. Несобственно-прямая речь в итальянском нарративе XIX-XXI: дис. ...канд. филол. наук. Москва, 2014. 23 с.
5. Инфантова Г.Г. К вопросу о несобственно-прямой речи. Таганрог, 1995. 119 с.
6. Ковтунова И.И. «Несобственная прямая речь» в языке русской литературы конца XVIII – первой половины XIX в. М.: Азбуковник, 2010. 285 с.
7. Кусько Е.Я. Проблемы языка современной художественной литературы. Несобственно-прямая речь в литературе ГДР. Львов: Вища школа, 1980. 208 с.
8. Мартынюк Т.Ф. Несобственно-прямая речь в современном немецком языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Киев, 1954. 90 с.
9. Сысоева В.В. Нарративный потенциал несобственно-прямой речи в художественном тексте: канд. филол. наук. Белгород, 2004. 24 с.
10. Цветаева М. Собрание сочинений: в 7 т. Т. 4. Воспоминания о современниках. Дневниковая проза. М.: Эллис Лак, 1994. 688 с.
11. Цветаева М. Собрание сочинений: в 7 т. Т. 5: Автобиографическая проза. Статьи. Эссе. Переводы. М.: Эллис Лак, 1994. 720 с.
12. Faulseit D. Die literarische Erzähltechnik. Halle, 1963. 87 p.
13. Fröhling P. Sprache in den Romanen Manfred Hausmanns. Bonn, 1965. 227 p.
14. Jens W. Deutsche Literatur der Gegenwart. Themen, Stile, Tendenzen. München, 1961. 157 p.
15. Kayser W. Das sprachliche Kunstwerk. Berlin, 1955. 444 p.
16. Riesel E. Theorie und Praxis der linguostilischen Textinterpretation. M., 1974. 348 p.
17. Sarraute N. Das Zeitalter des Misstrauens // Akzente. 1958. № 1. 99 p.
18. Storz G. Über den “Monologue interieur”, oder die “erlebte Rede” // Der Deutschunterricht. 1955. № 1. P. 41 – 53.
19. Weber R.W. Die Aussage der Form. Zur Textur und Struktur des Bewusstseinsromans. Heidelberg, 1969. 246 p.

References

1. Andrievskaja A.A. Nesobstvenno-prjamaja rech' v sovremennoj francuzskoj hudozhestvennoj proze: dis. ...d-ra filol. nauk. Kiev, 1968. 452 s.
2. Belichenko E.E. Nesobstvenno-prjamaja rech' v jazyke hudozhestvennoj literatury: na materiale animalistich-eskoj prozy: dis. ...kand. filol. nauk. SPb., 2006. 194s.
3. Blinova O.A. Lingvokognitivnyj aspekt reprezentacii nesobstvenno-prjamaj rechi (na materiale proizvedenij Je. Hemingujeja): dis. ... kand. filol. nauk. Moskva, 2015. 167 s.
4. Borisova E.S. Nesobstvenno-prjamaja rech' v ital'janskom narrative XIX-XXI: dis. ...kand. filol. nauk. Moskva, 2014. 23 s.
5. Infantova G.G. K voprosu o nesobstvenno-prjamaj rechi. Taganrog, 1995. 119 s.
6. Kovtunova I.I. «Nesobstvennaja prjamaja rech'» v jazyke russkoj literatury konca XVIII – pervoj poloviny XIX v. M.: Azbukovnik, 2010. 285 s.
7. Kus'ko E.Ja. Problemy jazyka sovremennoj hudozhestvennoj literatury. Nesobstvenno-prjamaja rech' v literature GDR. L'vov: Vishha shkola, 1980. 208 s.
8. Martynjuk T.F. Nesobstvenno-prjamaja rech' v sovremennom nemeckom jazyke: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Kiev, 1954. 90 s.
9. Sysoeva V.V. Narrativnyj potencial nesobstvenno-prjamaj rechi v hudozhestvennom tekste: kand. filol. nauk. Belgorod, 2004. 24 s.
10. Cvetaeva M. Sobranie sochinenij: v 7 t. T. 4. Vospominanija o sovremennikah. Dnevnikovaja proza. M.: Jellis Lak, 1994. 688 s.
11. Cvetaeva M. Sobranie sochinenij: v 7 t. T. 5: Avtobiograficheskaja proza. Stat'i. Jesse. Pere-vody. M.: Jellis Lak, 1994. 720 s.
12. Faulseit D. Die literarische Erzähltechnik. Halle, 1963. 87 p.
13. Fröhling P. Sprache in den Romanen Manfred Hausmanns. Bonn, 1965. 227 p.
14. Jens W. Deutsche Literatur der Gegenwart. Themen, Stile, Tendenzen. München, 1961. 157 p.
15. Kayser W. Das sprachliche Kunstwerk. Berlin, 1955. 444 p.
16. Riesel E. Theorie und Praxis der linguostilischen Textinterpretation. M., 1974. 348 p.
17. Sarraute N. Das Zeitalter des Misstrauens. Akzente. 1958. № 1. 99 p.
18. Storz G. Über den “Monologue interieur”, oder die “erlebte Rede”. Der Deutschunterricht. 1955. № 1. P. 41 – 53.
19. Weber R.W. Die Aussage der Form. Zur Textur und Struktur des Bewusstseinsromans. Heidelberg, 1969. 246 p.

*Puchinina O.P.,
Kazan (Volga Region) Federal University*

Morphological features of free indirect discourse by the example of Marina Tsvetaeva's prose

Abstract: the study of theoretical and applied issues of free indirect discourse as a special way of recreating someone else's speech in the narrative field continues to attract the attention of modern linguists. The study of free indirect discourse from the standpoint of works written in the first person is of considerable interest, which led to the choice of the subject of the research M. Tsvetaeva (autobiographical prose and letters, i.e. texts when the author of the text is one of the protagonists). Due to the insufficient degree of study of this philological aspect, this work seems to be quite relevant. The author of the article considers the specific character of the morphological features of free indirect discourse and describes the features of temporal-pronominal transposition in some European languages and in Russian in particular by the example of Marina Tsvetaeva's prose.

Keywords: free indirect discourse, M.I. Tsvetaeva, temporal-pronominal transposition, system of tenses, verb form, pronoun, author's plan, character's plan

For citation: Puchinina O.P. Morphological features of free indirect discourse by the example of Marina Tsvetaeva's prose. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 126 – 130.

Received: July 23, 2023; Revised: August 16, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Титова А.В.,
Чичерова Е.А., кандидат филологических наук,
Военный университет имени князя Александра Невского
Министерства обороны Российской Федерации*

Функциональный потенциал прецедентных феноменов военной субкультуры

Аннотация: статья посвящена исследованию прецедентных феноменов военной субкультуры как особого социокультурного образования в составе порождающей культуры. Целью ставится выявление функционального потенциала прецедентных имен, текстов, высказываний и ситуаций военной субкультуры. Отмечается, что прецедентными феноменами военной субкультуры являются универсально-, национально- и социумно-прецедентные имена, высказывания, ситуации и тексты в социолекте военнослужащих, включающем лексику и фразеологию официального и неофициального регистра. Акцентируется внимание на том, что прецедентные феномены военной субкультуры представляют собой уникальный когнитивно и эмоционально значимый идентификатор социальной / профессиональной принадлежности. Выступая вербализованными стимулами-паролями, прецедентные феномены обнаруживают высокую степень семантической имплицитности, имеют особую смысловую конфигурацию и потому криптолаличны, что позволяет им служить средством самоидентификации военнослужащего в составе военной субкультуры. Основными функциями прецедентных феноменов военной субкультуры выступают номинативная, персуазивная, людическая, идентификационная, консолидирующая, аксиологическая и стереотипогенная. В статье делается вывод о том, что функциональный потенциал прецедентных феноменов военной субкультуры зависит от типа дискурса, в котором он реализуется, что обуславливает важность изучения языковых единиц лишь в контексте их речепотребления.

Ключевые слова: прецедентный феномен, военная субкультура, функции, социолект, сленг

Для цитирования: Титова А.В., Чичерова Е.А. Функциональный потенциал прецедентных феноменов военной субкультуры // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 131 – 135.

Поступила в редакцию: 21 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 16 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Изучение теории прецедентности и прецедентных феноменов, как многоаспектного явления, наглядно демонстрирующего неразрывную связь языка и культуры, остается в фокусе внимания представителей различных школ и направлений в языкознании.

В исследованиях, посвященных специфике прецедентных феноменов, отмечается многообразие функционального потенциала прецедентных имен, текстов, высказываний и ситуаций (см. работы Э.М. Аникиной, Е.М. Верещагина, В.Г. Костомарова, Г.Г. Слышкина, А.Е. Супрун; В.Н. Телия и др.).

Динамику современных исследований аспектов теории прецедентности отличает интерес авторов к вопросу функционирования прецедентных феноменов различных типов дискурса: политического [3], публицистического [2], рекламного [1], художественного [9], кинодискурса [7] и др. Интерес ученых к данной проблеме объясняется мощностью прагматического потенциала прецедентных феноменов в различных условиях коммуникации, что обуславливает актуальность исследования функций прецедентных имен, текстов, высказываний и ситуаций в различных типах дискурса.

Под прецедентными феноменами понимаются единицы дискурса, регулярно возобновляемые в речи, известные все представителям национально-лингвокультурного сообщества, имеющие общий минимизированный коннотативно окрашенный инвариант восприятия, обращение к которому понятно без дополнительной расшифровки» [11, с. 52].

Функционирование прецедентных феноменов происходит в некотором культурном континууме, заполненном разнотипными и находящимися на разном уровне организации культурными образованиями [4, с. 298]. В фокусе внимания данной статьи – прецедентные феномены военной субкультуры как особого социокультурного образования в составе порождающей культуры. Целью статьи ставится выявление функций прецедентных феноменов военной субкультуры.

Под прецедентными феноменами военной субкультуры условимся понимать универсально-, национально- и социумно-прецедентные имена, высказывания, ситуации и тексты в социолекте военнослужащих, включающем лексику и фразеологию официального и неофициального регистра.

Необходимо отметить, что специфика функционирования прецедентных феноменов отличается в различных типах дискурса. Прецеденты, как полифункциональный феномен, способствуют выполнению задач, стоящих перед конкретным типом дискурса. Так, в военной рекламе прецедентные феномены реализуют имиджеобразующую, делимитативную, людическую, эстетическую, персуазивную и аттрактивную функции [8, с. 123].

В Интернет-коммуникации креолизованные интернет-мемы профессионально ориентированной тематики, представляющие собой прецедентные креолизованные тексты, выполняют аттрактивную, информативную, экспрессивную, эстетическую, людическую и эзотерическую функции, а также способны транслировать и закреплять в сознании носителей языка социальные стереотипы [12, с. 284].

В рамках данного исследования остановимся на основных функциях прецедентных феноменов военной субкультуры.

Наиболее емкой функцией прецедентных феноменов военной субкультуры как единиц языка является номинативная функция, подразумевающая наименование и выделение фрагментов окружающей действительности и формирование понятия о них [10].

В социолекте военной субкультуры прецедентные феномены используются для наименования частей, подразделений и военных баз (*Fort Eisenhower, Fort Cavazos, Fort Gregg-Adams*), единиц вооружения и военной техники (*M48 Patton III, M2 Bradley, USS Carl Vinson (CVN-70)*), в составе специальных обозначений (*5th Field Artillery Regiment ALEXANDER HAMILTON BATTERY, 85th Division (Training Support) CUSTER, The United States Army Band PERSHING'S OWN*).

Прецедентные феномены военной субкультуры, будучи общеизвестными в лингвокультурном сообществе и обладая определенным авторитетом в культуре, используются для реализации персуазивной функции, подразумевающей убеждение коммуникативного партнера в своей точке зрения. Так, американский политик, член Демократической партии США Сет Моултон (Seth Moulton), заявляя о своих планах баллотироваться на пост президента, использовал в своей речи прецедентный текст военной субкультуры – неофициальный девиз Корпуса Морской пехоты *No Better Friend, No Worse Enemy* ("Нет друга лучше, нет врага страшнее"). Включением в состав высказывания обладающего ценностью в пространстве культуры текста Моултон, неоднократно принимавший участие в военных операциях американского контингента в Ираке, апеллирует к чувствам электората, оказывая убеждающее воздействие на сознание широкой аудитории. Верный выбор избранной политиком стратегии апелляции к национальному фонду знаний подтверждается материалами новостных агентств, освещающих данное событие, авторы которых вынесли цитату в заголовки: «*Rep. Seth Moulton says US would be 'no better friend, no worse enemy' if he's elected president*» [15].

Стремление не только выразить мысль, но и повысить эмоциональность высказывания и оказать воздействие на реципиента часто реализуется посредством игровых апелляций к концептам прецедентных феноменов. Людическая функция (от лат. *ludus* – игра) проявляется в применении языковой игры с прецедентными феноменами военной субкультуры. Приведем пример:

The Sun: «*WHO DARES FLIRTS I'm no looker but women still message me – my wife always reacts same way, says Billy Billingham*» [16].

Авторы публикации британского агентства The Sun используют апелляцию к еще одному прецедентному тексту военной субкультуры – девизу войск специального назначения *Who dares, wins* («Кто рискует, побеждает»).

Важное значение в функционировании прецедентных феноменов военной субкультуры отводится их способности выступать определенным кодом в системе распознавания «свой – чужой» и указывать на принадлежность говорящего к группе (этнической, социальной, профессиональной).

Специфику любого типа коммуникации и отбор средств для ее осуществления определяет оппозиция «свой / чужой». Использование прецедентных феноменов в речи позволяет партнерам по коммуникации неосознанно распознать собеседника в данных категориях [6, с. 318]. Реализация идентификационной, или парольной, функции выступает сущностной характеристикой прецедентных феноменов, поскольку любая из единиц служит паролем, расшифровка которого открывает доступ к пласту культурной информации [там же].

Идентификационная функция, реализуемая прецедентными феноменами военной субкультуры, дает возможность относить их к разряду маркеров социальной / профессиональной идентичности. Приведем пример из драматического триллера *The Contender* («Претендент», реж. Род Лури, 2000): «*Obviously I'd die for this country. I served, you know, not in Vietnam but Desert Storm*».

Герой кинофильма использует прецедентный феномен – название военной операции американского контингента во время войны в Персидском заливе (1990-1991 гг.) *Desert Storm* («Буря в пустыне»), что поз-

воляет идентифицировать в нем участника боевых действий и члена социальной группы военнослужащих-ветеранов боевых действий в Ираке.

Близкой к идентификационной выступает консолидирующая функция прецедентных феноменов военной субкультуры. Наибольший объединяющий потенциал обнаруживают прецедентные высказывания – девизы воинских частей и подразделений: «*Happy 231st birthday to the United States Coast Guard. We look forward to deepening our integration as we implement the Tri-Service Maritime Strategy. Semper Paratus*» [13].

Апелляция к прецедентному тексту военной субкультуры – девизу Береговой охраны США – в публикации в социальной сети не только способствует идентификации человека в составе группы, но и продемонстрировать его общность с языковым коллективом.

К одной из важных функций прецедентных феноменов военной субкультуры относится эмотивная функция. Наиболее наглядно способность апеллировать к эмоциональной сфере адресата проявляется в прецедентных феноменах неофициального регистра. Лексика и фразеология сленга, включающая насмешливые, грубые, вульгарные образные сравнения, размытые аналогии, бессмысленные слова и словосочетания, делает сленг уникальным и единственным в своем роде «живым» языком [5, с. 69-70]. Сама природа сленга, в состав которого включены стилистически сниженные языковые единицы, обладающие яркой эмоционально-экспрессивной окраской, обуславливает способность прецедентных феноменов в составе сленговых единиц реализовывать эмотивную функцию. Приведем пример: «*The US military could replace the M240 and legendary 'Ma Deuce' a lot sooner than you think*» [14].

Крупнокалиберный пулемет М2 – изобретение Джона Браунинга конца Первой мировой войны, способный поражать легкобронированные цели противника, получил в военной субкультуре никнейм *Ma Deuce* (франц. «моя двоечка»). Ласковое прозвище пулемета вызывает представления об оружии как верном спутнике военнослужащего, создавая определенный эмоциональный фон у адресата сообщения.

Важное значение для постижения национально-культурной специфики этноса и военной субкультуры как его неотъемлемой составляющей имеет аксиологическая функция, реализуемая прецедентными феноменами. Прецедентные имена, тексты, высказывания и ситуации являются средством апелляции к значимым для лингвокультурного сообщества и профессиональной группы ценностям. Так, включение прецедентных имен в состав наименования единиц вооружения и военной техники, специальных обозначений и военных баз отражает ключевые ценности культуры – уважение к историческому прошлому нации, патриотизм и чувство национального превосходства.

Прецедентные феномены военной субкультуры обнаруживают стереотипогенный потенциал. Наиболее продуктивными с точки зрения трансляции этностереотипов выступают экспрессивные этнонимы как социумно-прецедентные феномены военной субкультуры, в семантике которых нередко заключены характеристики, стереотипно приписываемые представителям других этносов. Например, в современном американском военном сленге этнофолизм *Goombah* «итальянцы» происходит от южноитальянского *cumpa / cumpari* «крестный отец». В семантике экспрессивной номинации заключены стереотипные представления об итальянской мафии.

В заключение отметим, что прецедентные феномены военной субкультуры представляют собой уникальный когнитивно и эмоционально значимый идентификатор социальной / профессиональной принадлежности. Выступая вербализованными стимулами-паролями, прецедентные феномены обнаруживают высокую степень семантической имплицитности, имеют особую смысловую конфигурацию и потому криптолаличны, что позволяет им служить средством самоидентификации военнослужащего в составе военной субкультуры. Основными функциями прецедентных феноменов военной субкультуры выступают номинативная, персуазивная, людическая, идентификационная, консолидирующая, аксиологическая и стереотипогенная. Функциональный потенциал прецедентных феноменов военной субкультуры зависит от типа дискурса, в котором он реализуется, что обуславливает важность изучения языковых единиц лишь в контексте их речеупотребления.

Литература

1. Артемьева А.И., Штейнгатт Л.М. Реализация персуазивной функции прецедентных феноменов в немецкой коммерческой гендерно-ориентированной рекламе // Казанская наука. 2021. № 1. С. 44 – 46.
2. Бажайкин Н.Е. О людической функции прецедентных феноменов в пандемическом дискурсе // Казанская наука. 2022. № 5. С. 66 – 68.
3. Курочкина М.А., Кушнерук С.Л. Функции прецедентных феноменов в политическом дискурсе выборов в Белоруссии 2020 года // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2021. № 4. С. 174 – 185.

4. Латышева В.Л. Признаки и функции прецедентных феноменов // Вестник ИрГТУ. № 1 (48). 2011. С. 296 – 300.
5. Лупанова Е.В. Сленг в армейском вербовочном слогане // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 2, Гуманитарные науки. 2023. Т. 38. № 1. С. 69 – 75.
6. Маркевич Е.В. Функциональный потенциал прецедентных феноменов // Вестник ИрГТУ. № 9 (92). 2014. С. 315 – 319.
7. Мулюкина А.Е. Функции прецедентных феноменов в американском кинодискурсе // В сборнике: Актуальные проблемы филологии и журналистики: Материалы XXXIII Международной научной студенческой конференции Института филологии и журналистики ННГУ. Нижний Новгород, 2022. С. 65 – 70.
8. Мурог И.А. Особенности функционирования языковой игры в военной рекламе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 5-1 (71). С. 120 – 123.
9. Назарова Р.З. К вопросу о людической функции прецедентных феноменов в художественном дискурсе // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2017. Т. 17. № 1. С. 29 – 32.
10. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: монография. Волгоград: Перемена, 2004. 340 с.
11. Смыкунова Н.В. Прецедентные феномены в речевом общении русской языковой личности и процессе обучения русскому языку как иностранному: дис. ... канд. пед. наук. Москва, 2003. 228 с.
12. Романов А.С. Стереотипизация субкультурных констант в аксиологии социально-группового диалекта (на материале ценностей и реалий военной службы в языковой культуре США): дис. ... д-ра филол. наук. Москва, 2021. 447 с.
13. Ansomil. <https://www.ansomil.org/happy-231st-us-coast-guard-birthday/>
14. Marine corps times. <https://www.marinecorpstimes.com/news/your-marine-corps/2018/05/10/the-us-military-could-replace-the-m240-and-legendary-ma-deuce-a-lot-sooner-than-you-think/>
15. Task and purpose. <https://taskandpurpose.com/news/seth-moulton-president-campaign/>
16. The sun. <https://www.thesun.co.uk/tv/21114672/women-sas-who-dares-wins-billy-billingham/>

References

1. Artem'eva A.I., Shtejngart L.M. Realizacija persuzivnoj funkcii precedentnyh fenomenov v nemeckoj kommercheskoj genderno-orientirovannoj reklame. Kazanskaja nauka. 2021. № 1. S. 44 – 46.
2. Bazhajkin N.E. O ljudicheskoi funkcii precedentnyh fenomenov v pandemicheskom diskurse. Kazanskaja nauka. 2022. № 5. S. 66 – 68.
3. Kurochkina M.A., Kushneruk S.L. Funkcii precedentnyh fenomenov v politicheskom diskurse vyborov v Belorussii 2020 goda. Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoi lingvistiki. 2021. № 4. S. 174 – 185.
4. Latysheva V.L. Priznaki i funkcii precedentnyh fenomenov. Vestnik IrGTU. № 1 (48). 2011. S. 296 – 300.
5. Lupanova E.V. Sleng v armejskom verbovochnom slogane. Vestnik Dagestanskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 2, Gumanitarnye nauki. 2023. T. 38. № 1. S. 69 – 75.
6. Markevich E.V. Funkcional'nyj potencial precedentnyh fenomenov. Vestnik IrGTU. № 9 (92). 2014. S. 315 – 319.
7. Muljukina A.E. Funkcii precedentnyh fenomenov v amerikanskom kinodiskurse. V sbornike: Aktual'nye problemy filologii i zhurnalistiki: Materialy XXXIII Mezhdunarodnoj nauchnoj studencheskoj konferencii Instituta filologii i zhurnalistiki NNGU. Nizhnij Novgorod, 2022. S. 65 – 70.
8. Murog I.A. Osobennosti funkcionirovanija jazykovoi igry v voennoj reklame. Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. 2017. № 5-1 (71). S. 120 – 123.
9. Nazarova R.Z. K voprosu o ljudicheskoi funkcii precedentnyh fenomenov v hudozhestvennom diskurse. Izvestija Saratovskogo universiteta. Novaja serija. Serija: Filologija. Zhurnalistika. 2017. T. 17. № 1. S. 29 – 32.
10. Slyshkin G.G. Lingvokul'turnye koncepty i metakoncepty: monografija. Volgograd: Peremena, 2004. 340 s.
11. Smykunova N.V. Precedentnye fenomeny v rechevom obshhenii russkoj jazykovoi lichnosti i processe obuchenija russkomu jazyku kak inostrannomu: dis. ... kand. ped. nauk. Moskva, 2003. 228 s.
12. Romanov A.S. Stereotipizacija subkul'turnyh konstant v aksiologii social'no-gruppovogo dialekta (na materiale cennostej i realij voennoj sluzhby v jazykovoi kul'ture SShA): dis. ... d-ra filol. nauk. Moskva, 2021. 447 s.
13. Ansomil. <https://www.ansomil.org/happy-231st-us-coast-guard-birthday/>
14. Marine corps times. <https://www.marinecorpstimes.com/news/your-marine-corps/2018/05/10/the-us-military-could-replace-the-m240-and-legendary-ma-deuce-a-lot-sooner-than-you-think/>
15. Task and purpose. <https://taskandpurpose.com/news/seth-moulton-president-campaign/>
16. The sun. <https://www.thesun.co.uk/tv/21114672/women-sas-who-dares-wins-billy-billingham/>

*Titova A.V.,
Chicherova E.A., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.)
Military University of the Defense Ministry of the Russian Federation*

Functional potential of precedent phenomena of military subculture

Abstract: the article is devoted to the study of precedent phenomena of military subculture as a special socio-cultural formation within the generating culture. The aim is to reveal the functional potential of precedent names, texts, statements and situations of military subculture. It is noted that the precedent phenomena of military subculture are universal-, national- and socium-precedent names, statements, situations and texts in the military personnel's sociolect, including lexicon and phraseology of official and unofficial register. The author emphasizes that the precedent phenomena of military subculture represent a unique cognitively and emotionally significant identifier of social/professional affiliation. Acting as verbalized stimuli-passwords, precedent phenomena reveal a high degree of semantic implicitness, have a special semantic configuration and therefore are cryptolalike, which allows them to serve as a means of self-identification of a serviceman within the military subculture. The main functions of precedent phenomena of military subculture are nominative, persuasive, human, identification, consolidating, axiological and stereotypogenic. The article concludes that the functional potential of precedent phenomena of military subculture depends on the type of discourse in which it is realized, which makes it important to study language units only in the context of their speech usage.

Keywords: precedent phenomenon, military subculture, functions, sociolect, slang

For citation: Titova A.V., Chicherova E.A. Functional potential of precedent phenomena of military subculture. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 131 – 135.

Received: July 21, 2023; Revised: August 16, 2023; Accepted: September 5, 2023.

Шаймарданова М.Р., кандидат филологических наук,
Ахметова Л.А., кандидат филологических наук,
Казанский (Приволжский) федеральный университет

**Коммуникативно-прагматический анализ паремий, репрезентирующих
концепты *жизнь* и *смерть* (на материале английского и русского языков)**

Аннотация: в статье представлен анализ английских и русских паремий, репрезентирующих концепты *жизнь* и *смерть* с точки зрения их речевого воздействия на участников коммуникации. Цель настоящего исследования заключается в выявлении коммуникативно-прагматического потенциала рассматриваемых паремических изречений в качестве речевого действия. При исследовании прагматических установок английских и русских паремиологических единиц были выявлены тематические группы номинирующие концепты *жизнь* и *смерть*, функциональные группы английских и русских пословиц с точки зрения их прагматической направленности (регулятивные, констативные) на основании их семантического содержания. Кроме того, путем рассмотрения употребления анализируемых паремий в художественном дискурсе, исследование выявляет факт прагматической полифункциональности паремий в английской и русской паремиологических картинах мира. На примере английской пословицы *A man can die but once* и ее русского аналога *Двум смертям не бывать, а одной не миновать* была продемонстрирована функционально-прагматическая многозначность применения данных паремиологических единиц в англо- и русскоязычных художественных произведениях. Источниками для отбора эмпирического материала послужили паремиологические сборники и словари В.Мидер, А. Бертрам, В.И. Даля, В.П. Аникина и др.

Ключевые слова: прагматика, полифункциональность, паремиологическая картина мира, регулятивный речевой акт, констативный речевой акт, коммуникативно-прагматический потенциал, паремиологическая единица

Для цитирования: Шаймарданова М.Р., Ахметова Л.А. Коммуникативно-прагматический анализ паремий, репрезентирующих концепты *жизнь* и *смерть* (на материале английского и русского языков) // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 136 – 141.

Поступила в редакцию: 25 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 16 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Народная самобытность являет собой многовековой свод житейского опыта, репрезентированный в виде «сгустка» знаний, представлений, стереотипов и жизненных устоев данного этноса. Характерными особенностями общества, его национальным сознанием руководят различные предпосылки: место проживания, климатические условия, политический строй, история, культура, религия, уровень экономического развития, распределение социальных ролей и т.д.

Этническая специфика народа, несомненно, находит свое отражение в языке. Язык – это своеобразный хранитель, посредник проводник, с помощью которого осуществляется взаимосвязь этнической культуры, опыта народа с внешним миром. Знания человека о мире, зафиксированные в слове в качестве результатов познания, формируют языковую картину мира. Под влиянием особенностей и специфики языка его носители формируют национальную языковую картину мира специфичную для народа – носителя данного языка. Обращаясь к гипотезе лингвистической относительности Сепира-Уорфа, можно отметить, что «каждый народ видит мир сквозь призму родного языка, отражая действительность в языковой картине мира» [1, с. 142].

Согласно В.А. Масловой, «обращение к национальной языковой картине мира, ее описание позволят выявить и воссоздать систему жизненных ориентиров, культурных установок и стереотипов, эстетических и духовных ценностей народа, своеобразную «систему координат», зафиксированную языком» [2].

Являясь системой единиц языка, паремии, не только обогащают народную языковую картину мира, они формируют специфическую паремиологическую картину мира народа. А.И. Смирницкий заявляет, что пословицы (паремии), «воспроизводимые вновь и вновь как целые единицы, выступают в качестве единиц языка именно постольку, поскольку они воспроизводятся как средство для более яркого, образного, острого выражения мысли в процессе общения...» [3, с. 17].

Согласно Л.Б. Савенковой, паремиологическая единица – это «знак особого рода, сочетающий в себе качества единицы языковой системы и минитекста, существование которой обусловлено выработкой в этническом сознании носителей языка определенных ценностных установок» [4, с.14]. По утверждению Л.Б.

Савенковой, паремия «выступая в виде родового термина, может быть определена как устойчивое в языке и воспроизводимое в речи анонимное изречение, пригодное для употребления в дидактических целях» [4, с. 68].

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод о том, что паремии выступают в языке своеобразными носителями народной мудрости и культуры, отражением народных стереотипов, средством формирования и отражения этнического сознания. В паремиологической картине мира языка находит свое выражение отношение народа к различным аспектам бытия. Смерть, в силу своей неизбежности и загадочности, является, наверное, самым интересующим этапом жизни. Отношение народа к жизни и смерти ярко выражено в паремиологических единицах.

Эмпирическим материалом настоящего исследования послужили английские и русские пословицы и поговорки, содержащие номинацию бинама *жизнь-смерть* и изъятые методом специальной выборки из паремиологических сборников В. Мидер, А. Бертрам, В.И. Даля, В.П. Аникина и др.

Выборка лексического материала осуществлялась выделением паремиологических единиц, содержащих «синонимы к лексеме-репрезентанту; лексемы-ассоциации к лексеме, репрезентирующей изучаемые концепты; лексемы, в значениях которых находятся маркеры концептов» [5, с. 691] *жизнь* и *смерть*.

При отборе английских и русских паремий с данной семантикой авторы выявили в обоих языках три группы паремиологических единиц, репрезентирующих отношение к рассматриваемым концептам:

- 1) паремии, эксплицирующие концепт *смерть*,
- 2) паремии, эксплицирующие концепт *жизнь*,
- 3) паремии, эксплицирующие бинарную оппозицию *жизнь-смерть*.

Приведенная ниже таблица демонстрирует процентное отношение паремиологических единиц трех указанных ранее групп в английской и русской паремиологических картинах мира (ПКМ).

Таблица 1

**Процентное соотношение английских и русских пословиц,
репрезентирующих концепты *жизнь* и *смерть***

	Английская ПКМ	Русская ПКМ
концепт <i>смерть</i>	42%	58%
концепт <i>жизнь</i>	36%	30%
бином <i>жизнь-смерть</i>	22%	12%

Данные табл. 1 указывают на факт того, что в обеих рассматриваемых ПКМ наиболее частотными являются пословицы, отражающие представление рассматриваемых этносов к *смерти*. Данный факт приводит авторов к выводу о том, что такой феномен как *смерть* вызывает наибольшее внимание и интерес у представителей обоих народов:

Death is the great leveller [6, с. 209]; *The end makes all equal* [6, с. 209]; *Death keeps no calendar* [6, с. 210]; *Praise no man till he is dead* [6, с. 231]; *A man can die but once* [7, с. 126]; *Let the dead bury their dead* [7, с. 134].

Час от часу, а к смерти ближе [8, с. 543]; *В рай просят, а смерти боятся* [8, с. 542]; *Смерти боятся, а людей не стыдятся* [8, с. 542]; *Смерть берет распахом* [8, с. 544]; *Смерть не свой брат – разговаривать не станешь* [8, с. 544]; *Бойся, не бойся, а смерть у порога* [8, с. 546].

Исследование выявило, что на втором месте по частотности в обеих исследуемых ПКМ выступают пословицы и поговорки, обладающие семантикой стереотипного представления исследуемых этносов о *жизни*:

He lives long who lives well [9, с. 103]; *He that lives long suffers much* [6, с. 73]; *Live and let live* [9, с. 183]; *To live from hand to mouth*; *Live and learn* [6, с. 31]; *While there is life there is hope* [7, с. 143]; *He that lives with cripples learns to limp* [7, с. 127]; *Life is not a bed of roses* [7, с. 150].

В живых больше корысти [8, с. 541]; *Жизнь наша не* [8, с. 541]; *Живется ни в сито, ни в решето* [8, с. 542]; *Живи на двое: и до веку, и до вечера* [8, с. 544]; *Жили с локоть, а жить с нозоть* [8, с. 544]; *Жизнь на нитке, а думает о прибытке* [8, с. 548].

Паремии, в которых представлены одновременно лексемы «жизнь» и «смерть», составляют наименьшее количество по отношению к двум другим выше представленным группам как в английском, так и в русском языках. Однако данные пословицы содержат более разнообразные семантические вариации: связь между жизнью и смертью, противостояние жизни и смерти, быстротечность жизни.

He dies like a beast who has done no good while he lived [9, с. 74]; *An ill life, an ill end* [9, с. 74]; *He that lives wickedly can hardly die honestly* [9, с. 74]; *Better die with honour than live with shame* [6, с. 116]; *As soon as man is born he begins to die* [6, с. 148]; *The first breath is the beginning of death* [6, с. 148].

Всякий живой смерти боится [10, с. 239]; *Живучи не улыбнешься, помирать станешь – крякнешь* [10, с. 240]; *Жить вертко, помирать терпко* [10, с. 240]; *Живешь – не оглянешься, помрешь – не спохватишься* [10, с. 240]; *Живешь – воз прешь: помрешь – на горбу унесешь* [10, с. 241]; *Жить – мучиться, а умереть не хочется* [10, с. 241].

Целью данного исследования является анализ английских и русских паремий, содержащих номинацию концептов жизнь и смерть с позиции прагмалингвистики. Коммуникативно-прагматические функции паремий исследовались в работах Г.Д. Сидорковой, Н.Ф. Алефиренко, М.А. Кульковой и др. По мнению А.А. Крикманна, «в повседневном употреблении пословицы, как правило, используются для каких-то практических, прагматических целей: ими обосновывают свои положения, дают прогнозы, выражают сомнения, упрекают, оправдываются или извиняются, в чем-то утешают кого-то, издеваются и злорадствуют над кем-то, желают, обещают, разрешают, приказывают и запрещают и т.д.» [11].

Согласно Г.Д. Сидорковой, паремии выполняют определенные прагматические функции в качестве речевого действия. Ученый выявляет следующие функционально-тематические группы: регулятивные, экспрессивные и квазиэкспрессивные, метаязыковые, констативные [12]. Г.Д. Сидоркова также отмечает факт полифункциональности паремий, который обнаруживается «в одном и том же употреблении и при тех же самых ситуативно-контекстуальных условиях», а также реализуется «при использовании паремической единицы в различных контекстуальных условиях» [12, с. 115].

Изучение семантического содержания паремиологического материала, отобранного для нашего исследования показало принадлежность большинства исследуемых английских и русских паремий к двум функционально-тематическим группам: *регулятивные 35%, констативные 60%*.

Паремии регулятивного характера выполняют речевую функцию регулирования поведения собеседника, так же, как и поведения говорящего. Регулятивные речевые действия могут репрезентировать следующие интенции: совет, упрек, наказ, предостережение, успокаивание и т.д.:

Live and let live [9, с. 187] (**совет, наказ**); *He that has an ill name is half hanged* [6, с. 16] (**предостережение**); *He that has lost his credit is dead to the world* [6, с. 16] (**предостережение, обличение**); *Praise no man till he is dead* [9, с. 231] (**совет**).

Никогда живого не считай мертвым! (**предостережение, наказ**) [8, с. 542]; *Жить надейся, а умирать готовься* [10, с. 43] (**совет**); *Перед смертью не слукавишь* [8, с. 544] (**предостережение, обличение**); *Смерти бояться – на свете не жить* [8, с. 546] (**побуждение**).

Пословично-поговорочные изречения, выполняющие констативную функцию, направлены не на регулирование чьего-либо поведения, а на констатацию факта, резюмирование, комментирование ситуации:

Dying is as natural as living [9, с. 105]; *The end makes all equal* [6, с. 209]; *Death keeps no calendar* [6, с. 210]; *While there is life there is hope*; *An ill life, an ill end* [6, с. 74]; *Life is not a bed of roses* [7, с. 40].

Живому нет могилы [8, с. 540]; *Истома пуще смерти* [8, с. 541]; *Живой живое и думает* [8, с. 541]; *Старость не радость, а смерть не корысть* [8, с. 542]; *Час от часу, а к смерти ближе* [8, с. 543].

Однако, принимая во внимание функциональную многозначность и неоднозначность паремий, следует отметить, что определение речевой функции пословиц и поговорок по их семантическому содержанию не является точным. Для того, чтобы определить какую коммуникативную тактику преследует говорящий прибегая к той или иной пословице, следует рассматривать употребление паремий в дискурсе.

Рассмотрим английскую пословицу “A man can die but once” и ее русский аналог «Двум смертям не бывать, а одной не миновать». Приведенные паремические единицы согласно их семантическому значению относятся к группе констативов, т.к. данные паремические высказывания номинируют или комментируют ситуацию, определяя ее «под соответствующим углом зрения» [12, с. 108]: *смерть неизбежна, соответственно – не так страшна*. Однако при анализе применения данных паремий в художественном дискурсе, было выявлено, что рассматриваемые пословицы могут выполнять регулятивные функции, т.е. могут быть применены говорящим с целью речевого воздействия.

Одной из коммуникативных тактик манипулирования поведением как реципиента, так и адресанта, репрезентированных при помощи пословиц “A man can die but once” и «Двум смертям не бывать, а одной не миновать», является тактика **успокаивания**. Рассмотрим отрывки из произведений, указывающие на данный факт.

“Your honour”, said he, “may think it a little; but I am sure, if I had a hundred pound bank-note in my pocket, as you have, I should be very sorry to lose it; but for my part, I never was less afraid in my life; for we are four of us, and if we all stand by one another, the best man in England can’t rob us. Suppose he should have a pistol, he can

kill but one of us, and *a man can die but once*. – That’s my comfort; *a man can die but once*.” Henry Fielding. The history of Tom Jones, a foundling (https://books.google.ru/books?id=cRQXQBGMJY0C&newbks=0&printsec=frontcover&pg=PA419&dq=A+man+can+die+but+once&hl=ru&redir_esc=y#v=onepage&q=A%20man%20can%20die%20but%20once&f=false Дата обращения 19.07.2023)

«- Папа, ты ведь не умрешь?»

Мне было столько же, сколько ему сейчас, когда я осознал, что есть смерть. Когда я вдруг понял, что уйдут сначала бабушка и дедушка, потом папа и мама, а потом и сестренка...

Спасла ситуацию бабушка, вспомнив народную мудрость (она же бабушка):

- *Двум смертям не бывать, а одной не миновать*.

Фраза была непонятной, но успокаивающей.» Алекс Дубас. Моя девушка уехала в Барселону... (<https://mybook.ru/author/aleks-dubas/moya-devushka-uehala-v-barselonu-i-vse-chto-ot-nee/read/> дата обращения: 29.07.2023)

Оба приведенных отрывка из англоязычного и русскоязычного художественных произведений демонстрируют регулятивный характер пословиц. Примечательно, то, что в обоих отрывках присутствует указание на утешительный характер пословиц: «That’s my **comfort**; *a man can die but once*»; «Фраза была непонятной, но **успокаивающей**».

Английская поговорка *A man can die but once* также может выполнять коммуникативную функцию **парирования** на выражения «беспокойства, предостережения» [12, с. 95]:

“Boy,” said he in a low, kindly tone, “fall back and wait for the French king. We are rushing on certain death; and you are too young to die”.

“Nay, my good lord,” replied Walter, calmly. “*A man*, whether young or old, *can die but once*: I would rather fall fighting in the cause of our Redeemer, and under you banner, than in a less holy cause and in a meaner company.” John George Edgar. The boy crusaders, Том 127 (https://books.google.ru/books?id=KxECAAAAQAAJ&newbks=0&printsec=frontcover&pg=PA131&dq=A+man+can+die+but+once&hl=ru&redir_esc=y#v=onepage&q=A+man+can+die+but+once&f=false дата обращения: 27.07.2023)

В русских произведениях были выявлены случаи употребления поговорки для осуществления тактики **побуждения к действию** говорящего и его собеседника:

«Обмирая, я на цыпочках подошла к пятой комнате и приложила ухо к двери. Стон повторился. Надо было что-то предпринимать. Что?...

«*Двум смертям не бывать, а одной не миновать*», - вспомнила я слова бабушки и толкнула препятствие к тайне, которое легко распахнулось». Л. Малмыгина. Принцесса из трущоб. (<https://mybook.ru/author/larisa-malmygina-2/princessa-iz-trushob-fentezi/read/> Дата обращения 28.07.2023)

«- Ну почему нет, – улыбнулся Алексей и показал ей устройство, - я его вывернул из костюма, правда, он теперь без связи, но зато та загружена карта и путь, проложенный от этой точки до Китежа.

- Давай попробуем, – кивнул Несмеяна, – *двум смертям не бывать, а одной не миновать*, как говаривали первые колонисты» К.Ликов.Явь (<https://www.google.ru/books/editionC&pg=PT248&printsec=frontcover> дата обращения: 20.07.2023)

Таким образом, не смотря на то, что английские и русские паремические единицы, репрезентирующие концепты *жизнь* и *смерть* согласно своему семантическому содержанию выполняют, главным образом коммуникативно прагматическую функцию констатации ситуации либо факта, будучи применимы в речи могут осуществлять регулятивные функции, направленные на манипулирование поведением собеседника: успокаивание, побуждение к действию, парирование и др. Примечателен и тот факт, что функциональные характеристики поговорок в английской и русской ПКМ схожи.

Литература

1. Кузнецов А.М. Национально-культурное своеобразие слова // Язык и культура: сб. науч.-аналит. обзоров. М., 1987. С. 141 – 163.
2. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика: учеб. пособие. Минск: ТетраСистемс, 2005. 254 с.
3. Смирницкий А.И. Лексикология английского языка. М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1956. 260 с.
4. Савенкова Л.Б. Русская паремиология: семантический и лингвокультурологический аспекты. Ростов-на-Дону: Изд-во Рост. ун-та, 2002. 240 с.

5. Лепеньшева А.А. К вопросу моделирования концептов (на примере анализа концепта surprise) // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Языкознание. 2001. Т. 13. № 2-4. С. 691 – 699.
6. Мюррей Ю.В. Русские пословицы, поговорки и фразеологизмы и их английские аналоги. М.: АСТ; СПб.: Сова, 2008. 384 с.
7. Mieder W. English Proverbs. Stuttgart: Philipp Reclam, 2008. 152 p.
8. Даль В.И. Пословицы русского народа: в 3т. М.: Русская книга, 1993. Т. 1. 640 с.
9. Bertram A. NTC's Dictionary of Proverbs and Cliches. Lincolnwood, Illinois: NTC Publishing Group, 1993. –33 p.
10. Аникин В.П. Русские пословицы и поговорки. М.: Художественная литература, 1988. 431 с.
11. Крикманн А.А. Некоторые аспекты семантической неопределенности пословицы // Паремно-логический сборник. Пословица, загадка (структура, смысл, текст). М.: Наука, 1978. С. 82 – 104.
12. Сидоркова Г.Д. Прагматика паремий: пословицы и поговорки как речевые действия. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 1999. 250 с.

References

1. Kuznecov A.M. Nacional'no-kul'turnoe svoeobrazie slova. Jazyk i kul'tura: sb. nauch.-analit. obzorov. M., 1987. S. 141 – 163.
2. Maslova V. A. Kognitivnaja lingvistika: ucheb. posobie. Minsk: TetraSistems, 2005. 254 s.
3. Smirnickij A.I. Leksikologija anglijskogo jazyka. M.: Izdatel'stvo literatury na inostrannyh jazykah, 1956. 260 s.
4. Savenkova L.B. Russkaja paremiologija: semanticheskij i lingvokul'turologicheskij aspekty. Rostov-na-Donu: Izd-vo Rost. un-ta, 2002. 240 s.
5. Lepenysheva A.A. K voprosu modelirovanija konceptov (na primere analiza koncepta surprise). Izvestija Samarskogo nauchnogo centra Rossijskoj akademii nauk. Jazykoznanie. 2001. T. 13. № 2-4. S. 691 – 699.
6. Mjurrej Ju.V. Russkie poslovicy, pogovorki i frazeologizmy i ih anglijskie analogi. M.: AST; SPb.: Sova, 2008. 384 s.
7. Mieder W. English Proverbs. Stuttgart: Philipp Reclam, 2008. 152 p.
8. Dal' V.I. Poslovicy russkogo naroda: v 3t. M.: Russkaja kniga, 1993. T. 1. 640 s.
9. Bertram A. NTC's Dictionary of Proverbs and Cliches. Lincolnwood, Illinois: NTC Publishing Group, 1993. –33 p.
10. Anikin V.P. Russkie poslovicy i pogovorki. M.: Hudozhestvennaja literatura, 1988. 431 s.
11. Krikmann A.A. Nekotorye aspekty semanticheskoi neopredelennosti poslovicy. Paremiologicheskij sbornik. Poslovica, zagadka (struktura, smysl, tekst). M.: Nauka, 1978. S. 82 – 104.
12. Sidorkova G.D. Pragmatika paremij: poslovicy i pogovorki kak rechevye dejstvija. Krasnodar: Kubanskij gos. un-t, 1999. 250 s.

*Shaymardanova M.R., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.),
Akhmetova L.A., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.),
Kazan (Volga Region) Federal University*

**Communicative-pragmatic analysis of paremias representing concepts
of *life* and *death* (based on the material of the English and the Russian languages)**

Abstract: the article presents an analysis of English and Russian paremias representing the concepts of *life* and *death* in terms of their speech impact on participants of communication. The aim of the present study is to identify the communicative-pragmatic potential of the paremic sayings in question as a speech action. When studying the pragmatic purposes of English and Russian paremiological units, thematic groups nominating concepts of *life* and *death*, functional groups of English and Russian proverbs in terms of their pragmatic purposes (regulatory, constative) based on their semantic content were identified. In addition, by considering the use of analyzed paremias in fiction discourse, the study reveals the fact of pragmatic polyfunctionality of paremias in English and Russian paremiological pictures of the world. Using the example of the English proverb *A man can die but once* and its Russian analogue, *Dvum smertyam ne byvat', a odnoy ne minovat'*, the functional and pragmatic ambiguity of the application of these paremiological units in English and Russian-language works of art was demonstrated. Sources for the selection of empirical material were paremiological collections and dictionaries by W. Meader, A. Bertram, V.I. Dahl, V.P. Anikin and others.

Keywords: pragmatics, polyfunctionality, paremiological picture of the world, regulatory speech act, constative speech act, communicative-pragmatic potential, paremiological unit

For citation: Shaymardanova M.R., Akhmetova L.A. Communicative-pragmatic analysis of paremias representing concepts of life and death (based on the material of the English and the Russian languages). *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 136 – 141.

Received: July 25, 2023; Revised: August 16, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Абдульвапов Н.Р., кандидат филологических наук, старший преподаватель,
Крымский инженерно педагогический университет имени Февзи Якубова*

**«Поэма о Юсуфе и Зелихе» Махмуда Кырымлы в переводе Халиль-оглу Али:
проблематика исследований на современном этапе, сведения об известных рукописных списках**

Аннотация: «Поэма о Юсуфе и Зелихе» Махмуда Кырымлы («Хикмет-и Юсуф ве Зелиха») в настоящее время считается наиболее ранним памятником крымскотатарской литературы и датируется, предположительно, XIII веком. Одновременно, она является и одним из наиболее ранних вариантов литературной обработки данного сюжета в истории литератур тюркоязычных народов, что значительно повышает ее историческую ценность. Поэма известна в переводе, судьба ее оригинального текста остается неизвестной. Автором перевода является поэт Халиль-оглу Али, указание на это присутствует в конечной вставке к поэме, принадлежащий переводчику. Из этой же вставки следует, что перевод был сделан с одного тюркского языка на другой, а именно с «крымского» или «дештского» языка на «тюркский». Под «дештским» или «крымским» языком следует понимать язык крымских кипчаков XIII в., «тюркским» же языком большинство исследователей считают старобалканский тюрки XIII-XV вв.

История исследований памятника насчитывает чуть более ста лет, однако лишь в последние тридцать лет соответствующая работа приобрела определенную динамику – главным образом, за счет исследований турецких ученых. В частности, в Турции были обнаружены дополнительные списки поэмы, проведена значительная текстологическая работа, опубликованы факсимиле одной рукописи и транслитерация еще двух рукописных списков, предложены гипотезы относительно авторства, личности переводчика, языка поэмы и других вопросов. Несмотря на это, все основные вопросы, связанные как с оригинальным текстом поэмы, так и с его переводом, остаются нерешенными. В сложившихся условиях особую актуальность приобретает скрупулезная работа со всеми известными рукописными списками произведения, что до настоящего времени сделано не было. В данной статье обозначены все вышеуказанные проблемы, а также впервые, в хронологическом порядке представлены все известные на сегодня рукописные списки перевода поэмы.

Ключевые слова: крымскотатарская поэзия, Юсуф и Зелиха, перевод, рукописные списки

Для цитирования: Абдульвапов Н.Р. «Поэма о Юсуфе и Зелихе» Махмуда Кырымлы в переводе Халиль-оглу Али: проблематика исследований на современном этапе, сведения об известных рукописных списках // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 142 – 147.

Поступила в редакцию: 15 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 9 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Сюжет о Юсуфе и Зелихе (Зулейхе) является одним из наиболее любимых в фольклоре и литературе мусульманских (и не только) народов. Он присутствует в Коране, где соответствующему преданию посвящена отдельная сура (№12, «Юсуф»). История пророка Юсуфа охарактеризована здесь как «прекраснейшая из историй» – «*ахсан аль-каса*» (в переводе И.Ю. Крачковского: «лучшее повествование») [4, с. 196]. На различных языках мусульманских народов, главным образом, арабском, фарси и тюркском, на этот сюжет было написано около ста произведений, в основном в стихах [10]. Подавляющее большинство из этих произведений составляют поэмы на тюркских языках, одной из которых, причем наиболее ранних, является «Поэма о Юсуфе и Зелихе» крымского поэта, предположительно, XIII века Махмуда Кырымлы (Крымского) [1, с. 41-43].

Вопрос датировки поэмы остается дискуссионным. Есть устойчивое мнение считать памятник относящимся к XIII в., в том числе, к первой его четверти, однако отдельные исследователи допускают, что поэма могла быть написана и в XIV веке [7, с. 38]. Вопрос датировки произведения усложняется отсутствием его оригинального рукописного списка (автографа), более того судьба и оригинального текста произведения так же остается неизвестной.

Произведение сохранилось в переводе, автором которого является некий Халиль-оглу Али, перевод был осуществлен, по словам переводчика, с «крымского» или «дештского» языка на «тюркский». Указание на это присутствует в конечной вставке к поэме, принадлежащей Халиль-оглу Али и состоящей из 13 четверостиший (четверостишия №№1402-1414 по изданию Дениза) [9, с. 271-272]. Время перевода так же неизвестно (в тексте Халиль-оглу Али оно отсутствует), есть мнения датировать его XIII-XV вв., язык перевода, по мнению большинства исследователей – старобалканский тюрки [7, с. 32]. Что касается «дештского»

или «крымского» языка оригинала произведения, под ним может подразумеваться язык крымских кипчаков XIII века.

Первое известное научное исследование памятника принадлежит известному российскому тюркологу П. Фалеву и датируется 1910-ми годами. При этом первая публикация результатов этого исследования, под названием «Старо-османский» перевод «крымской» поэмы», состоялась лишь в 1925 г. в журнале «Записки коллегии востоковедов при Азиатском музее РАН» [6]. Ученым был кратко представлен рукописный список поэмы 958/1551 г., хранившийся в Герцогской библиотеке г. Гота (Германия) [16, p. 30], в конце публикации был приложен значительный арабографичный фрагмент текста указанной рукописи.

Первая полная публикация памятника датируется 1960 годом, когда факсимиле текста перевода произведения было опубликовано в Стамбуле известным турецким литературоведом И. Х. Эртайланом. Данная публикация была осуществлена на основе еще одного рукописного списка поэмы, хранившегося в частной коллекции турецкого библиофила Раифа Елькенджи и датированного 1235/1819–20 г. [14]. Издание предваряет статья И. Х. Эртайлана под броским названием – «Первая тюркоязычная поэма о «Юсуфе и Зулейхе», произведение содержит около 1400 четверостиший, написанных семисложным стихом.

Об авторе. В рукописных списках перевода поэмы имя ее автора фигурирует трижды: в первый раз в форме «Кырымлу» (Крымский), во второй – в форме «Кырымлу Махмуд» и в третий – в форме «Махмуд». При этом, в первый раз оно проходит в середине произведения (четверостишие №646 по изданию Дениза) и, судя по всему, было использовано самим автором [9, s. 206]. Во второй и третий разы имя проходит в конце поэмы, в конечной вставке переводчика (четверостишия №№ 1402 и 1408) [9, s. 271].

В настоящее время сведения о Махмуде Кырымлы практически отсутствуют. Согласно сведениям из той же конечной вставки переводчика, поэт умер, не завершив поэмы (четверостишие № 1402) [9, s. 271]. Время и причины смерти в поэме не указаны, переводчик лишь призывает не забывать Махмуда в молитвах (четверостишие №1408) [9, s. 271]. Добавим, что, судя по тексту, основной сюжет предания был практически исчерпан, что позволило переводчику буквально несколькими четверостишиями завершить поэму.

Говоря о личности Махмуда Крымского, необходимо отметить также, что поэт с таким именем отсутствует среди известных крымских персоналий этого периода. Некий Махмуд бин Омер эль-Кырыми проходит в известном био-библиографическом труде «Ад-Дау аль-лами ли-ахли аль-карн ат-таси» («Блестящий свет для людей IX века (по хиджре)») арабского историка и богослова Мухаммада ас-Сахави (ум. 1497), однако лишь как ученый, живший в XV в. [13, s. 159]. Помимо этого, имя еще одного Махмуда Кырыми, как отца покойной Шах-хатун встречается на одном из надмогильных памятников из Эски Юрта [2, с. 26]. Памятник датируется месяцем джумада аль-ахира 716 г., т. е. августом – сентябрем 1316 г. и гипотетически может иметь отношение к предполагаемому автору «Поэмы о Юсуфе и Зелихе».

Упомянутый выше И.Х. Эртайлан, а также крымскотатарский исследователь К. Конурат (Усеинов) предположили, что поэма Махмуда Кырымлы могла быть написана в первой трети XIII в. в Крыму [3; 14], в таком случае, автора можно считать жившим во 2-пол XII – 1-й пол. XIII вв. Помимо этого, турецкой исследовательницей Г. Аян была высказана мысль о том, что Махмуд Кырымлы мог быть последователем выдающегося среднеазиатского духовного наставника и поэта – шейха Ахмеда Ясави (ум. 1166) [8, s. 37–38]. Как видим, практически все, что ныне известно о Махмуде Кырымлы, состоит из предположений.

О переводчике. Указание на то, что рассматриваемый текст не является оригинальным текстом поэмы Махмуда Кырымлы, а является его переводом, присутствует все в той же конечной вставке переводчика, чрезвычайно важной с точки зрения содержащихся в ней сведений. Здесь же присутствует и имя переводчика: «Халиль-оглу Али» и «Али» (четверостишия №№1411 и 1412) [9, s. 272], а также некоторые дополнительные сведения о нем. В частности, в четверостишии №1411 присутствует фраза («Ол Халиль-оглу Али, Еди Дивандур эли»), которую можно принять за указание на то, что Халиль-оглу Али был автором «семи поэтических сборников (диванов)», т.е. был чрезвычайно искусным и плодовитым поэтом. В том же четверостишии переводчик отмечает, что, переведя поэму Махмуда Крымского с дештского (т. е. кипчакского) языка, он «создал тюркский язык» («Ол дюзди тюркий дили, Дешт дилинден дёндерю»), что можно расценить как написание им первой поэмы на соответствующем языке, т.е. первого памятника староанатолийской тюркоязычной поэзии. Надо сказать, что данное замечание переводчика является очень важным, однако до сих пор оно не нашло своего научного объяснения.

Отметим также, что рядом европейских, турецких и крымскотатарских ученых была высказана мысль о том, что существует определенная связь между поэтом-переводчиком Халиль-оглу Али и широкоизвестным поэтом Кул Гали – автором одноименной поэмы «Кысса-и Юсуф», ныне считающейся наиболее ранней тюркоязычной поэмой на данный сюжет и датированной 1233 годом [3, 14]. Так вышеупомянутый К. Конурат (Усеинов) сделал предположение, что выходец из Анатолии Халиль-оглу Али, прибыв в Крым в составе экспедиции кастамонийского бей Хусамеддина Чобана в начале 1220-х гг., сначала перевел неза-

вершенную поэму Махмуда Крымского на «малоазиатско(анатолийско)-турецкий язык», а после написал свое оригинальное произведение на тот же сюжет [3].

Есть и другие мнения о личности переводчика. Так турецкий исследователь Р. Дениз, ссылаясь на текст четверостишия №1408, предполагает, что Халиль-оглу Али мог быть огузом, жившим в Крыму и входившим в окружение, а возможно бывшим или близким другом или же учеником Махмуда Крымского [9, s. 74-75]. Вразрез этому, другой турецкий автор М. Аргуншах считает, что Халиль-оглу Али жил в XIV, а то и в XV веке [7, s. 38].

Рукописные списки поэмы. Как было указано выше, произведение известно в переводе, судьба оригинального текста неизвестна. То же самое касается и рукописных списков поэмы – судьба автографа рукописи Махмуда Кырымлы, как и автографа перевода, выполненного Халиль-оглу Али, остается неизвестной. Что касается более поздних рукописей перевода поэмы, их в настоящее время известно семь списков, ряд из них был исследован, транслитерирован и обнародован. Краткое описание некоторых из этих списков присутствует в работах Х. Долю [11, s. 425-426] и Р. Дениза [9, s. 76-80]. Ниже все они будут представлены в хронологическом порядке.

Наиболее ранний рукописный список (№1) поэмы Махмуда Кырымлы в переводе Халиль-оглу Али в свое время хранился в собрании рукописей Герцогской библиотеки г. Гота (ныне: Готская научная библиотека, Германия). В частности, он присутствует в известном каталоге В. Перча, посвященном восточным рукописям этой библиотеки (издан в Вене в 1864 г.), под №19 [16, p. 30]. Рукопись была датирована 23 зуль-када 958 г., или 22 ноября 1551 г., фрагмент ее был приведен в статье П. Фалева «Старо-османский перевод «крымской» поэмы», опубликованной в журнале «Записки коллегии востоковедов при Азиатском музее РАН» в 1925 г. [6, с. 145-160].

По словам П. Фалева, в рукописи отсутствовали «первые листы поэмы» [6, с. 143]. Из приведенного ученым отрывка видно, что поэма была разделена на главы – *меджлисы*, в каталоге же В. Перча указано количество этих меджлисов – 19. В настоящее время судьба данной рукописи считается неизвестной, в нынешнем собрании Готской научной библиотеки, она, судя по имеющимся сведениям, отсутствует.

Второй по хронологии рукописный список (№2) рассматриваемой поэмы принадлежит парижской Национальной Библиотеке (Bibliothèque Nationale) [9, s. 13, 79-80, 272]. Датирован он месяцем джумада аляхира 995 г., т.е. маем-июнем 1587 года. Имя переписчика отсутствует, место переписки указано как «vilâyet-i Ündüz dahî bilâd-ı Üstürğön», где под Устургоном, судя по всему, подразумевается венгерский город Эстергом (тур.: Estergon) [9, s. 13, 79-80, 272]. Данный список был одним (основным) из трех списков, на основе которых турецким исследователем Расимом Денизом был подготовлен критический текст поэмы при работе над докторской диссертацией, завершённой в 1998 году [9, s. 150-272]. Транслитерация этого текста составила третью главу диссертации, текст состоит из вступления (первые 64 четверостишия) и 19 глав (меджлисов), при этом отсутствует заголовок 15-й главы, однако развитие сюжета не прерывается [там же, s. 80]. В общей сложности, текст содержит 1414 четверостиший.

Третий по хронологии список (№3) находится в частной коллекции вышеупомянутого Р. Дениза, являясь частью рукописи под №9 [9, s. 14, 77-78]. Рукопись в целом состоит из 128 листов, по 15 строк на каждой странице, рассматриваемая поэма занимает здесь страницы 36b – 125a. Данный текст был третьим из использованных исследователем при работе над критическим текстом поэмы (см. выше), датирован он 1228/1813 г., переписчиком является Хафыз Исмаил Эфенди из Ургюба. В самом начале поэмы указано ее название – в форме «Китаб-ы Кысса-и Юсуф ве Зелиха» [9, s. 14, 77-78].

Четвертый список (№4) – из собрания Национальной библиотеки Турции в Анкаре [12]. Датирован он 22 рамазана 1233 г., т.е. 27 июля 1818 года, переписан неким Ахмеди ибн Эйубом. Рукопись содержит 98 листов, в среднем по 16 строк (или 4 четверостишия) на каждой странице. Была передана в дар библиотеке В.М. Коджатурком в 1975 году.

Пятый рукописный список поэмы (№5) происходит из личной библиотеки турецкого адвоката Раифа Елькенджи, датирован он 1235/1819-20 г. и переписан неким Сейид-Ахмедом бин Омером из Демидоки [14, 9, s. 13, 78-79]. Этот список был опубликован (в виде факсимиле) в 1960 г. в Стамбуле И.Х. Эртайланом [14]. Позже был использован Р. Денизом для подготовки критического текста поэмы (см. выше), а также К. Конуратом (Усеиновым), который подготовил и частично опубликовал его транслитерацию на латиницу [5].

Шестой список (№6) – из коллекции Агях Сырри Левента Библиотеки Сейфеттина Озеге Университета Ататюрка в Эрзуруме (Atatürk Üniversitesi Seyfettin Özge Kütüphanesi Ağâh Sırrı Levent Koleksiyonu), под №57 [9, s. 14, 79]. По Р. Денизу, он идентичен вышеупомянутому списку из библиотеки Раифа Елькенджи, в частности, в нем присутствуют те же данные о переписчике и месте переписки [9, s. 14, 79].

Наконец, седьмой список (№7), дата переписки и личность переписчика которого неизвестны. Происходил он из собрания Публичной библиотеки Хисар г. Измир (İzmir Hisar Kütüphanesi, № 349), позже, по предположению Ш. Кёктюрка, он попал в Измирскую национальную библиотеку (İzmir Millî Kütüphanesi), а еще позже оказался в Стамбульской библиотеке Сулеймание (İstanbul Süleymaniye Kütüphanesi) [15, s. 555]. Рукопись состоит из 109 листов, Х. Долу привела начальную (1b) и заключительную (109b) страницы этой рукописи в виде приложения к своей статье «Несколько слов о «Сказании о Юсуфе» и некоторые его тюркоязычные рукописные списки» (««Yûsuf Hikâyesi» hakkında bir kaç söz ve bazı Türkçe nushalar») [11, s. 439-440]. Список был использован Ш. Кёктюрком, который осуществил транслитерацию текста данной рукописи на латиницу и опубликовал его в 2007 году [15].

Таким образом, в настоящее время известно о существовании семи рукописных списков «Поэмы о Юсуфе и Зелихе» Махмуда Кырымлы в переводе Халиль-оглу Али. Наиболее ранний из них датируется 958/1551 г., наиболее поздние (два аутентичные копии) – 1235/1819-20 г. Дата переписки еще одного списка остается неизвестной. Из семи рукописных списков шесть ныне находятся в распоряжении исследователей, судьба седьмой рукописи, наиболее ранней, из бывшей Герцогской библиотеки г. Гота (Германия), в настоящее время неизвестна. Списки №№2, 5 и 7 были обнаружены полностью (№№2 и 7 – на латинице, №5 – в виде факсимиле), еще одна рукопись (№1) была опубликована частично на арабице. Несмотря на значительную динамику текстологического изучения памятника, наблюдаемую на протяжении последних трех десятилетий, специального, подробного сравнительного анализа всех его рукописных списков на предмет их связи между собой до сих пор сделано не было. Проведение этого анализа является одной из первоочередных задач и для решения вопросов, связанных с датировкой как перевода, так и оригинала произведения. Параллельно с этим, необходимо продолжить поиски «готской» рукописи, а также, возможно, и других, ныне неизвестных рукописных списков поэмы.

Литература

1. Абдульвапов Н. К истории науки, образования и литературы в Крыму в период Золотой Орды // Вопросы крымскотатарской филологии, истории и культуры. 2015. Вып. I. С. 30 – 45.
2. Иванов А.А. Надписи из Эски-Юрта / Северное Причерноморье и Поволжье во взаимоотношениях Востока и Запада в XII-XVI веках / отв. ред. д. ист. н. Г.А. Федоров-Давыдов. Ростов-на-Дону: Издательство Ростовского университета, 1989. С. 24 – 31.
3. Конурат К. К истокам крымскотатарской литературы // Qasevet. 1996. № 1 (25). С. 8 – 14.
4. Коран: пер. с араб. акад. И.Ю. Крачковского. М., 1990. 512 с.
5. Махмуд Къырымлы. Юсуф ве Зулейха: тарихий дестан / неширге азырлагъан Фазыл Р.; арап уруфатындан латинге транслитерация япкъан К. Къонъуратлы. Симферополь, 2013. 220 с.
6. Фалев П. Старо-османский перевод «крымской» поэмы // Записки коллегии востоковедов при Азиатском музее РАН. Л., 1925. Т. I. С. 139 – 160.
7. Argunşah M. Haliloğlu Ali'nin Yusuf ve Zelihası ve dili üzerine yeni görüşler // Uluslararası Eski Anadolu Türkçesi Araştırmaları Çalıştayını Bildirileri (1-2 Aralık 2010) / Yayına hazırlayanlar: Mustafa Özkan, Enfel Doğan. İst., 2013. S. 23 – 38.
8. Ayan G. Ahmed Yesevi etkisiyle yazılan iki Yusuf u Züleyha // Türkiyat Araştırmaları Dergisi (Konya). 1997. Sayı 3. S. 31 – 38.
9. Deniz R. Halil Oğlu Ali'nin Yusuf ve Zeliha Kıssası. Basılmamış Doktora tezi. Elazığ, 1998. 274 s.
10. Dolu H. Menşeinden Beri Yûsuf Hikâyesi ve Türk Edebiyatındaki Versiyonları. Türkiyat Enstitüsü. Yayınlanmamış Doktora Tezi. No: 402. İst., 1953.
11. Dolu H. «Yûsuf Hikâyesi» hakkında bir kaç söz ve bazı Türkçe nushalar // İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi. 1952. Cilt 4. Sayı 4. S. 419 – 445.
12. Haliloğlu Ali. Yûsuf u Züleyhâ. İstinsah Tarihi: 1233/1817 s. Müstensih: Ahmedi b. Eyub. Ankara. Milli Kütüphane. Yazmalar Koleksiyonu. Arşiv Numarası: 06 Mil Yz A 3808.
13. İzgi C. Canı Bek Han devrinde (1342-1357) Altınordu hanlığında bilim hayatı // Divan. 1996. Sayı 2. S. 147 – 172.
14. Kırımlı. Yusuf ile Züleyha / Haz.: İ. H. Ertaylan. İst., 1960.
15. Köktürk Ş. Halil Oğlu Ali'nin Yusuf ile Zeliha hikâyesi // Turkish Studies. International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish o Turkic. 2007. Vol. 2/4. P. 555 – 617.
16. Pertsch W. Die orientalischen Handschriften der herzoglichen Bibliothek zu Gotha. Auf befehl Sr. Hoheit des herzogs Ernst II. Von S. Coburg-Gotha. Verzeichnet von Wilhelm Pertsch. Wien, 1864. 240 p.

References

1. Abdul'vapov N. K istorii nauki, obrazovanija i literatury v Krymu v period Zolotoj Ordy. Voprosy krymsko-tatarskoj filologii, istorii i kul'tury. 2015. Vyp. I. S. 30 – 45.
2. Ivanov A.A. Nadpisi iz Jeski-Jurta. Severnoe Prichernomor'e i Povolzh'e vo vzaimootnoshenijah Vostoka i Zapada v XII-XVI vekah. otv. red. d. ist. n. G.A. Fedorov-Davydov. Rostov-na-Donu: Izdatel'stvo Rostovskogo universiteta, 1989. S. 24 – 31.
3. Konurat K. K istokam krymskotatarskoj literatury. Qasevet. 1996. № 1 (25). S. 8 – 14.
4. Koran: per. s arab. akad. I.Ju. Krachkovskogo. M., 1990. 512 s.
5. Mahmud K#yrymly. Jusuf ve Zulejha: tarihiy destan. neshirge azyrlag#an Fazyl R.; arap urufatyndan latinge transliteracija japk#an K. K#on#uratly. Simferopol', 2013. 220 s.
6. Falev P. Staro-osmanskij perevod «krymskoj» pojemy. Zapiski kollegii vostokovedov pri Aziatskom muzee RAN. L., 1925. T. I. S. 139 – 160.
7. Argunşah M. Haliloğlu Ali'nin Yusuf ve Zelihası ve dili üzerine yeni görüşler. Uluslararası Eski Anadolu Türkçesi Araştırmaları Çalıştayı Bildirileri (1-2 Aralık 2010). Yayına hazırlayanlar: Mustafa Özkan, Enfel Doğan. İst., 2013. S. 23 – 38.
8. Ayan G. Ahmed Yesevi etkisiyle yazılan iki Yusuf u Züleyha. Türkiyat Araştırmaları Dergisi (Konya). 1997. Sayı 3. S. 31 – 38.
9. Deniz R. Halil Oğlu Ali'nin Yusuf ve Zeliha Kıssası. Basılmamış Doktora tezi. Elazığ, 1998. 274 s.
10. Dolu H. Menşeinden Beri Yûsuf Hikâyesi ve Türk Edebiyatındaki Versiyonları. Türkiyat Enstitüsü. Yayınlanmamış Doktora Tezi. No: 402. İst., 1953.
11. Dolu H. «Yûsuf Hikâyesi» hakkında bir kaç söz ve bazı Türkçe nushalar. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi. 1952. Cilt 4. Sayı 4. S. 419 – 445.
12. Haliloğlu Ali. Yûsuf u Züleyhâ. İstinsah Tarihi: 1233/1817 s. Müstensih: Ahmedi b. Eyub. Ankara. Milli Kütüphane. Yazmalar Koleksiyonu. Arşiv Numarası: 06 Mil Yz A 3808.
13. İzgi C. Canı Bek Han devrinde (1342-1357) Altınordu hanlığında bilim hayatı. Divan. 1996. Sayı 2. S. 147 – 172.
14. Kırmımlı. Yusuf ile Züleyha. Haz.: İ. H. Ertaylan. İst., 1960.
15. Köktürk Ş. Halil Oğlu Ali'nin Yusuf ile Zeliha hikâyesi. Turkish Studies. International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish o Turkic. 2007. Vol. 2/4. P. 555 – 617.
16. Pertsch W. Die orientalischen Handschriften der herzoglichen Bibliothek zu Gotha. Auf befehl Sr. Hoheit des herzogs Ernst II. Von S. Coburg-Gotha. Verzeichnet von Wilhelm Pertsch. Wien, 1864. 240 p.

*Abdulvapov N.R., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Senior Lecturer,
Crimean Engineering and Pedagogical University named after Fevzi Yakubov*

**"The Poem about Yusuf and Zelikha" by Mahmud Kyrymly translated by Khalil-oglu Ali:
research agenda at the present stage, details about known manuscripts**

Abstract: "The poem about Yusuf and Zelikha" by Mahmud Kyrymly ("Hikyat-i Yusuf ve Zelikha") is currently considered the earliest monument of Crimean Tatar literature and dates, presumably, to the 13th century. At the same time, it is also one of the earliest versions of the literary processing of this plot in the history of the literatures of the Turkic-speaking peoples, which significantly increases the historical and philological value of the work. The poem is known in translation, the fate of its original text remains unknown. The author of the translation is a certain Khalil-oglu Ali, a reference to this is present in the final insertion to the poem, written by the translator himself. It follows from the same insertion that the translation was made from one Turkic language to another, namely from the "Crimean" or "Desht" language to "Turkic". The "Desht" or "Crimean" language should be understood as the language of the Crimean Kipchaks of the XIII century, while the majority of researchers consider the Old Anatolian Turks of the 13th–15th centuries to be the "Turkic" language.

The history of research on the monument dates back a little over a hundred years, but only in the last thirty years has the relevant work acquired a certain momentum, mainly due to the investigations of Turkish scientists.

In particular, additional lists of impression were discovered in Turkey, significant textual work was carried out, facsimiles of one manuscript and transliteration of two more manuscript lists were published, hypotheses regarding the authorship, the identity of the translator, the language of the poem and other issues were developed. Despite this, all the main problems related to both the original text and its translation are still not resolved. Under the current conditions, scrupulous work with all known handwritten copies of the work is of particular relevance, which has not been done so far. This article outlines all of them, as well as for the first time, all the currently known manuscript translations of the poem are presented in chronological order.

Keywords: Crimean Tatar poetry, Yusuf and Zelikha, translation, manuscripts

For citation: Abdulvapov N.R. "The Poem about Yusuf and Zelikha" by Mahmud Kyrymly translated by Khalil-oglu Ali: research agenda at the present stage, details about known manuscripts. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 142 – 147.

Received: July 15, 2023; Revised: August 9, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Клюшина А.М., кандидат филологических наук, доцент,
Сурадиева Ю.О.,
Самарский государственный социально-педагогический университет*

**Характеристика англоязычных идиом и некоторые особенности их передачи
на русский язык при переводе художественных произведений (на примере
романа Марка Твена «The Adventures of Tom Sawyer»)**

Аннотация: настоящая работа заключается в характеристике английских идиом и описании некоторых способов достижения эквивалентности при передаче англоязычных идиом в художественном тексте. Авторами статьи выявлены и описаны особенности перевода идиом с английского языка на русский на материале художественного произведения Марка Твена «The Adventures of Tom Sawyer». Отмечено, что главной особенностью художественных произведений М. Твена является частотное употребление идиоматических выражений. В работе освещаются признаки идиом, описаны и прокомментированы особенности их употребления в англоязычной художественной литературе, а также определены возможные способы перевода идиом. Авторы статьи приходят к выводу, что идиоматические выражения безусловно являются важной частью коммуникативной функции языка, а при переводе художественного текста их знание крайне необходимо, поскольку идиомы часто встречаются в английской литературе и придают речи выразительность, образность, изящную краткость и лучшее понимание англоязычной культуры. Практическая значимость настоящей работы состоит в возможности использования и применения полученных результатов в лекциях по лексикологии, теории перевода, межкультурной коммуникации, а также при переводе английской художественной литературы на русский язык.

Ключевые слова: идиомы, перевод, художественные произведения, М. Твен, «The Adventures of Tom Sawyer»

Для цитирования: Клюшина А.М., Сурадиева Ю.О. Характеристика англоязычных идиом и некоторые особенности их передачи на русский язык при переводе художественных произведений (на примере романа Марка Твена «The adventures of Tom Sawyer») // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 148 – 153.

Поступила в редакцию: 7 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 7 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Общеизвестно, что одной из главных проблем перевода является перевод идиом. Кроме того, именно употребление идиом является потенциальной проблемой в межкультурной коммуникации, в основе которой лежат культурные различия. Изучение особенностей употребления и перевода идиом считаем актуальной проблемой. Работа выполнена в русле изучения особенностей функционирования разнообразных языковых единиц в английском языке и описании способов их перевода на русский язык, например [см. 2-7, 10].

Для начала были изучены некоторые определения ключевого для нашей работы понятия «идиома» [1, с. 72; 8, с. 53; 9, с. 206; 11, с. 298]. Как мы можем отметить, в проанализированных работах идиома трактуется по-разному. Подробный обзор научной литературы и справочных изданий позволяет нам сформулировать общее определение этого понятия: Идиома – это устойчивое выражение, значение которой не совпадает с отдельными значениями составляющих её единиц и имеет разную структуру и сочетания, которые могут не соответствовать правилам грамматики.

Идиомы составляют одну из главных проблем перевода художественной литературы. Однако, на наш взгляд, первостепенную важность для практикующего переводчика занимает умение выявить идиому в переводимом тексте с целью последующего применения адекватных методов и приёмов передачи исследуемой нами языковой единицы.

Представим некоторые характеристики англоязычных идиом, которые помогают переводчику определить их наличие в художественном тексте. Во-первых, в словосочетании связь между составляющими его компонентами может быть не логична, например:

*storm in a teacup**беспокоиться по пустякам*

Во-вторых, идиомой может быть словосочетание, в котором нарушены грамматические правила и нормы сочетаемости, например:

*the powers that be**на круги своя*

Также наличие сравнительного союза можно считать признаком идиоматичности выражения, например:

*as cool as cucumber**спокойный как удав*

Кроме того, необходимо учитывать контекст и сведения из фразеологических словарей.

Рассмотрим особенности передачи исследуемых языковых единиц при переводе художественных текстов. Обзор научных работ позволяет отметить, что существует четыре основных способа перевода англоязычных идиом на русский язык: фразеологический эквивалент, фразеологический аналог, калькирование, описательный перевод. Прокомментируем каждый из представленных способов подробнее и приведём некоторые примеры.

Первый способ, который является наиболее простым, это фразеологический эквивалент. При использовании фразеологического эквивалента сохраняются значения всех компонентов. Приведём примеры:

*a wolf in sheep's clothing**волк в овечьей шкуре**to play with fire**играть с огнём**to read between lines**читать между строк**to take the bull by the horns**взять быка за рога*

Отметим, что в этом случае идиомы в двух языках основываются на одном и том же образе.

Второй способ – фразеологический аналог. Применение фразеологического аналога уместно при отсутствии эквивалента переводимой идиомы, но при наличии другой идиомы в языке перевода с таким же переносным значением. Рассмотрим примеры:

<i>a bird in the hand is worth two in the bush</i>	<i>лучше синица в руках, чем журавль в небе</i>
<i>to make a mountain out of a molehill</i>	<i>делать из мухи слона</i>

Подчеркнём, что здесь идиомы двух языков основываются на разных образах.

Калькирование или дословный перевод используется при отсутствии в русском языке эквивалента или аналога переводимой англоязычной идиомы. Например:

*between hammer and anvil**между молотом и наковальней**can't learn an old dog new tricks**нельзя научить старую собаку новым трюкам*

Представленные примеры подтверждают идею о том, что в случае дословного перевода выражение на русском языке является не идиомой, а своего рода окказиональным образованием.

Описательный перевод заключается в передаче значения идиомы на английском языке свободным словосочетанием в русском языке. Например:

<i>to grin like a Cheshire cat</i>	<i>широко и добродушно улыбаться</i>
<i>to dine with Duke Humphrey</i>	<i>уходить голодным</i>

Описательный перевод сводится, как правило, не к переводу самой идиомы, а к её толкованию.

Лингвистический анализ художественных произведений Марка Твена позволяет отметить, что автор достаточно часто употребляет идиоматические выражения. В настоящей статье проанализируем способы передачи англоязычных идиом на русский язык при переводе романа «The Adventures of Tom Sawyer» Корнеем Ивановичем Чуковским, Ниной Леонидовной Дарузес и Сергеем Борисовичем Ильиным.

Рассмотрим примеры фразеологического эквивалента:

Joe had sold himself to the devil (M. Twain)
Джо продал себя сатане. (пер. К. И. Чуковский)
он продал душу черту. (пер. Н. Л. Дарузес)
Джо запродался дьяволу. (пер. С. Б. Ильин)

В данном случае англоязычная идиома *sell your soul to the devil* имеет русский эквивалент *продать душу дьяволу*. В переводах Н.Л. Дарузес и К.И. Чуковского использовалась более разговорная лексика (*сатана, черт*), а в переводе, выполненном С.Б. Ильиным, – книжная. Отметим, что представленные варианты переводов на русский язык являются полным соответствием английскому выражению.

Приведём ещё примеры:

Tom pricked up his ears (M. Twain)
Том навострил уши (пер. К.И. Чуковский)
Том насторожил уши (пер. Н.Л. Дарузес)
Том навострил уши (пер. С.Б. Ильин)

Здесь все три варианта переводов соответствуют фразеологическому эквиваленту и исходят из одного и того же образа. Все компоненты семантики отражены.

Представим ещё один пример:

Sour grapes! (M. Twain)
Зелен виноград! (пер. К.И. Чуковский)
Зелен виноград! (пер. Н.Л. Дарузес)
Зелен виноград-то! (пер. С.Б. Ильин)

Употребление идиомы *sour grapes* позволяет описать ситуацию иронически; читатель понимает, что неудача является неминуемой. В отличие от других вариантов перевода С.Б. Ильин использует в переводе частицу –*то*, что, на наш взгляд, привносит своего рода усилительный эффект.

Рассмотрим следующий пример:

you can't break my old heart (M. Twain)
надрываешь моё старое сердце (пер. К.И. Чуковский)
просто убиваешь своими дикими выходками! (пер. Н.Л. Дарузес)
стараясь разбить своими выходками мое старое сердце (пер. С.Б. Ильин)

Мы считаем, что Н.Л. Дарузес в переводе не передала образность выражения, используя метафорическую лексему *убить*, на наш взгляд, не отражающую стилистический и семантический аспект текста оригинала. В этом случае, можем заключить, что переводы С.Б. Ильина и К.И. Чуковского являются наиболее удачными.

Метод фразеологического аналога подразумевает перевод на основе иных образов, при котором происходит сохранение семантических компонентов. Например:

will suck eggs (M. Twain)
получишь от меня на орехи (пер. К.И. Чуковский)
тогда узнаешь (пер. Н.Л. Дарузес)
покажу, где раки зимуют (пер. С.Б. Ильин)

В английском языке идиома *go suck an egg* используется как выражение чувства гнева или презрения. По нашему мнению, в переводе Н.Л. Дарузес выражение *тогда узнаешь* не отражает стилистический компонент семантики. В переводе К.И. Чуковского присутствует разговорная лексика. С.Б. Ильин использует выражение *покажу, где раки зимуют*, которое, как нам кажется, максимально соответствует высказыванию в языке оригинала и адекватно передает переносное значение. По этой причине перевод С.Б. Ильина считаем наиболее удачным.

Приведём ещё пример:

A bit of a scare shot through Tom (M. Twain) *тень подозрения и страха коснулась его души* (пер. К.И. Чуковский)
душа ушла в пятки (пер. Н.Л. Дарузес);
неприятное подозрение зародилось в его душе (пер. С.Б. Ильин)

В данном случае три варианта перевода отличаются стилистическим компонентом. В переводе К.И. Чуковского использована книжная лексика, в переводе Н.Л. Дарузес – разговорная. Мы считаем, что стилистический компонент в переводе С.Б. Ильина отражён слабо. На наш взгляд, перевод Н.Л. Дарузес является наиболее удачным, он максимально точно передает эмоции главного героя.

Рассмотрим следующий пример:

<i>Tom did play hookey</i> (M. Twain)	<i>не ходил нынче в школу</i> (пер. К.И. Чуковский)
	<i>Том не пошел в школу</i> (пер. Н.Л. Дарузес)
	<i>Улизнувший же от тети ...</i> (пер. С. Б. Ильин)

Английская идиома *play hookey* имеет значение *прогуливать школу / занятия без уважительной причины*. Мы считаем, что перевод, выполненный С.Б. Ильиным, более эмоционален и образен, он наиболее точно передаёт смысл, заложенный в тексте оригинала.

Приведём ещё пример:

<i>We'd drop down dead</i> (M. Twain)	<i>мы тут же упадём мёртвыми на месте</i> (пер. К.И. Чуковский)
	<i>А иначе тут же и помрем</i> (пер. Н.Л. Дарузес)
	<i>помрем на месте</i> (пер. С.Б. Ильин).

идиома *drop down dead* имеет переносное значение *упасть замертво*. Использованные выражения в переводах, на наш взгляд, сопоставимы англоязычной идиоме.

Перейдём к рассмотрению особенностей применения калькирования. Важным аспектом, при использовании дословного перевода является сохранение образного строя идиомы в языке оригинала. Например:

Spare the rod and spoil the child (M. Twain) *Кто обходится без розги, тот губит ребёнка* (пер. К.И. Чуковский)
... кто щадит младенца, тот губит его (пер. Н.Л. Дарузес)
сбережешь на розге, потеряешь дитя (пер. С.Б. Ильин)

В примере был использован дословный способ перевода, так как в русском языке нет эквивалента данному англоязычному идиоматическому выражению. В вариантах перевода сохранена образность и переносный смысл.

Метод описательного перевода, как правило, передаёт значение оригинала свободным сочетанием слов в языке перевода. Приведём пример:

YOU'RE up a stump, ain't you! (M. Twain) *Ага! Попался!* (пер. К.И. Чуковский)
Ага, попался, взяли на причал! (пер. Н.Л. Дарузес)
Так это ты у нас в пеньки-то попал, а? (пер. С.Б. Ильин)

Английская идиома *to be up a stump* имеет значение *загнать себя в тупик* [12, с. 281]. На наш взгляд, в указанных примерах перевода все три переводчика точно передают значение в соответствии с контекстом. Однако в варианте перевода, выполненного С.Б. Ильиным использовано более устаревшее выражение.

Рассмотрим ещё один пример:

the beat of that boy! (M. Twain)

... *такого мальчишки!* (пер. К.И. Чуковский)

Что за ребенок! (пер. Н.Л. Дарузес)

... *такого мальчишки!* (пер. С.Б. Ильин)

Мы считаем, что три варианта перевода сохраняют негативно-оценочный оттенок, также во всех трех переводах употреблена разговорная лексика. Переводы К.И. Чуковского и С.Б. Ильина являются наиболее адекватными, так как эмоционально-экспрессивная окраска идиомы выражается при помощи диминутивно-го суффикса *-ишк-* в русском языке. На наш взгляд, этот суффикс в данном случае добавляет значение пренебрежительности.

Подведём итоги. Важным фактором при переводе идиом является необходимость учитывать стилистическую окраску, происхождение, и имеет ли идиома национально окрашенный характер. Кроме того, переводчику необходимо стремиться приблизить англоязычное выражение к подходящему эквиваленту, который будет легко восприниматься в русской лингвокультуре. В ходе исследования были выделены основные способы перевода идиом: фразеологический эквивалент, фразеологический аналог, дословный перевод и описательный перевод. Благодаря контекстуальному, семантическому и сравнительному анализу переводов англоязычных идиом на материале художественного произведения Марка Твена «The Adventures of Tom Sawyer» и его переводов на русский язык, выполненных разными переводчиками: Корнеем Ивановичем Чуковским, Сергеем Борисовичем Ильиным, Ниной Леонидовной Дарузес, были выявлены наиболее оптимальные переводческие решения.

Литература

1. Амосова Н.Н. Основы английской фразеологии. Л.: Изд-во ЛГУ, 1963. 208 с.
2. Кашапова Р.Н., Ключина А.М. Особенности перевода публичной политической речи (на примере фултонской речи У. Черчилля) // Проблемы языка и перевода в трудах молодых ученых. 2021. № 20. С. 231 – 233.
3. Ключина А.М. Основные способы перевода английских пассивных конструкций на русский язык // Поволжский педагогический вестник. 2018. Т. 6. № 2 (19). С. 48 – 51.
4. Ключина А.М., Здор А.И. Проблемы и способы перевода английских терминов в текстах юридического дискурса // Поволжский педагогический вестник. 2016. № 3 (12). С. 54 – 59.
5. Ключина А.М., Панишева В.М. Особенности перевода англоязычного сленга на русский язык в текстах песенного дискурса жанра «панк-рок» // Русистика без границ. 2022. Т. 6. № 2. С. 88 – 94.
6. Ключина А.М., Стойкович Л.Ю. Сложное диалогическое единство в переводческом аспекте (на материале английской драмы) // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. 2015. Т. 1. № 1(23). С. 170 – 175.
7. Ключина А.М., Стойкович Л.Ю. Средства выражения когезии в переводах научно-популярных статей // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. 2015. Т. 3. № 6 (28). С. 240 – 245.
8. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка: учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. 2-е изд., перераб. М.: Высшая школа, Дубна: Изд. центр «Феникс», 1996. 381 с.
9. Смирницкий А.И. Лексикология английского языка. М.: Наука, 1956. 245 с.
10. Стойкович Г.В., Ключина А.М. Проблема передачи английских имен собственных на русский язык в современной художественной литературе жанра фэнтези // Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики : Материалы XV Международной научно-практической конференции: в 3-х т. Тольятти, 20-21 апреля 2018 года. Т. 2. Тольятти: Волжский университет имени В.Н. Татищева (институт), 2018. С. 244 – 251.
11. Dobrovolskij D. Phraseological universals: theoretical and applied aspects // Meaning and grammar: cross-linguistic perspectives / ed. by Michel Kefer, Johan van der Auwera. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 1992. P. 279 – 301.
12. The Oxford Dictionary of Idioms; 2nd edition, 2004. 352 p.
13. Twain M. The Adventures of Tom Sawyer, The American Publishing Company, 1876. 304 p.

References

1. Amosova N.N. Osnovy anglijskoj frazeologii. L.: Izd-vo LGU, 1963. 208 s.
2. Kashapova R.N., Kljushina A.M. Osobennosti perevoda publichnoj politicheskoy rechi (na primere fultonskoj rechi U. Cherrhillja). Problemy jazyka i perevoda v trudah molodyh uchenyh. 2021. № 20. S. 231 – 233.
3. Kljushina A.M. Osnovnye sposoby perevoda anglijskih passivnyh konstrukcij na russkij jazyk. Povolzhskij pedagogicheskij vestnik. 2018. T. 6. № 2 (19). S. 48 – 51.
4. Kljushina A.M., Zdor A.I. Problemy i sposoby perevoda anglijskih terminov v tekstah juridicheskogo diskursa. Povolzhskij pedagogicheskij vestnik. 2016. № 3 (12). S. 54 – 59.
5. Kljushina A.M., Panisheva V.M. Osobennosti perevoda anglojazychnogo slenga na russkij jazyk v tekstah pesennogo diskursa zhanra «pankrok». Rusistika bez granic. 2022. T. 6. № 2. S. 88 – 94.
6. Kljushina A.M., Stojkovich L.Ju. Slozhnoe dialogicheskoe edinstvo v perevodcheskom aspekte (na materiale anglijskoj dramy). XXI vek: itogi proshlogo i problemy nastojashhego pljus. 2015. T. 1. № 1(23). S. 170 – 175.
7. Kljushina A.M., Stojkovich L.Ju. Sredstva vyrazhenija kogezi v perevodah nauchno-populjarnyh statej. XXI vek: itogi proshlogo i problemy nastojashhego pljus. 2015. T. 3. № 6 (28). S. 240 – 245.
8. Kunin A.V. Kurs frazeologii sovremennogo anglijskogo jazyka: ucheb.dlja in-tov i fak.inostr.jaz. 2-e izd., pererab. M.: Vysshaja shkola, Dubna: Izd. centr «Feniks», 1996. 381 s.
9. Smirnickij A.I. Leksikologija anglijskogo jazyka. M.: Nauka, 1956. 245 s.
10. Stojkovich G.V., Kljushina A.M. Problema peredachi anglijskih imen sobstvennyh na russkij jazyk v sovremennoj hudozhestvennoj literature zhanra fjentezi. Tishhevskie chtenija: aktual'nye problemy nauki i praktiki: Materialy XV Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii: v 3-h t. Tol'jatti, 20-21 aprelja 2018 goda. T. 2. Tol'jatti: Volzhskij universitet imeni V.N. Tati-shheva (institut), 2018. S. 244 – 251.
11. Dobrovolskij D. Phraseological universals: theoretical and applied aspects. Meaning and grammar: cross-linguistic perspectives. ed. by Michel Kefer, Johan van der Auwera. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 1992. P. 279 – 301.
12. The Oxford Dictionary of Idioms; 2nd edition, 2004. 352 p.
13. Twain M. The Adventures of Tom Sawyer, The American Publishing Company, 1876. 304 p.

*Klyushina A.M., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Suradieva Yu.O.,
Samara State University of Social Sciences and Education*

**Characteristics of English idioms and some features of their
translation into Russian when translating works of fiction (using
the example of Mark Twain's novel "The Adventures of Tom Sawyer")**

Abstract: this paper presents the characteristics of English idioms and describes some ways to achieve equivalence in the transmission of English-language idioms in a literary text. The authors of the article identified and described the peculiarities of translating idioms from English into Russian based on the material of Mark Twain's work of fiction "The Adventures of Tom Sawyer". It is noted that the main feature of M. Twain's artistic works is the frequent use of idiomatic expressions. The paper highlights the signs of idioms, describes and comments on the features of their use in English-language fiction, and also identifies possible ways of translating idioms. The authors of the article come to the conclusion that idiomatic expressions are certainly an important part of the communicative function of language, and when translating a literary text, their knowledge is extremely necessary, since idioms are often found in English literature and give speech expressiveness, imagery, elegant brevity and a better understanding of English-speaking culture. The practical significance of this work consists in the possibility of using and applying the results obtained in lectures on lexicology, translation theory, intercultural communication, as well as in the translation of English fiction into Russian.

Keywords: idioms, translation, works of fiction, M. Twain, "The Adventures of Tom Sawyer"

For citation: Klyushina A.M., Suradieva Yu.O. Characteristics of English idioms and some features of their translation into Russian when translating works of fiction (using the example of Mark Twain's novel "The Adventures of Tom Sawyer"). *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 148 – 153.

Received: July 7, 2023; Revised: August 7, 2023; Accepted: September 5, 2023.

**Бутенко Е.В., старший преподаватель,
Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения**

Номинативно-фразеологический комплекс как коммуникативная единица кинодиалога

Аннотация: актуальность изучаемой темы основана на необходимости исследования структурно-семантических свойств специфического комплекса, создаваемого приемом двойной актуализации значения – прямого и фразеологического. Приобретшее значительную распространенность в художественном языке кинодиалога, данное явление вызывает трудности идентификации и перевода. В связи с этим, целью настоящей статьи становится выделение номинативно-фразеологического комплекса в качестве самостоятельной коммуникативной единицы с присущими ей дискурсивными особенностями. Исходя из этого, задачами исследования являются 1) описание композиционно-речевых форм рассматриваемого комплекса; 2) его анализ с точки зрения логической структуры; 3) фиксация лингвостилистических средств выдвижения смысла в высказываниях персонажей, содержащих рассматриваемую структуру. В результате исследования проявляются языковые закономерности, учет которых облегчает узнавание семантически усложненного явления в языке оригинала и способствует достижению эквивалентного перевода, что представляет практическую значимость работы. Именно прикладной аспект обуславливает стремление представить этот лингвистический объект в виде модели или обобщенной формулы и выделить правила ее расширения и развертывания, что составляет определенную новизну исследования. Изучаемому дискурсивному комплексу свойственны гибкость и относительная открытость, допускающие ограниченную вариативность лексического наполнения и синтаксического построения. Эти факторы обеспечивают как своеобразие, так и продуктивность модели, подтверждая ее востребованность в художественном языке кинодиалога.

Ключевые слова: идиома, двойная актуализация значения, бинарная оппозиция, адверсатив, выдвижение, антанаклаза, корреляция, нулевой знак

Для цитирования: Бутенко Е.В. Номинативно-фразеологический комплекс как коммуникативная единица кинодиалога // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 154 – 158.

Поступила в редакцию: 1 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 12 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Введение

Рекуррентное появление в кинотексте номинативно-фразеологических единств позволяет рассматривать их как определенную коммуникативную единицу. В формулировке М. А. Пашенко «единица коммуникации предполагает некую структурную оформленность, качества эталонности и инвариантности» [6, с. 119]. А.Н. Кудряшовой и Ю.А. Гузь понятие «коммуникативная единица» квалифицируется как «монотематическая единица, обладающая коммуникативной целостностью» [5, с. 98], характерной логико-семантической, а также конструктивно-синтаксической организацией. Выделенные свойства присущи исследуемому номинативно-фразеологическому блоку, семантическим ядром которого выступают фразеологизмы, идиоматические сочетания, составляющие, по определению И.Е. Аничкова, «одно смысловое целое, употребляемые в переносном смысле и воспринимаемые как своеобразные, как не переводимые дословно». [1, с. 171].

Итак, являющаяся объектом детального изучения, рассматриваемая коммуникативная единица состоит из детерминированных языковых совокупностей и присущих им способов упорядочения в высказываниях. Описание формы таких совокупностей позволяет выстроить ту семантико-структурную схему, через которую дискурсивная единица может быть выделена и однозначно дифференцирована среди других.

Материалом исследования послужили высказывания персонажей анимационного фильма “The Lion King. Hakuna Matata” («Король Лев. Акуна Матата») 2004 г., сериалов “Friends” («Друзья») и “Brooklyn Nine-Nine” («Бруклин 9-9») на английском языке, перевод Щербаневой К.А. Теоретическая база исследования представлена трудами, посвященными теории и практике семиотики (Черкашин А.К.), лингвостилистики (Аничков И.Е., Арнольд И.В.), функциональной семантики (Якобсон Р.О.), идиоматики (Жуков В.П.). Теоретико-эмпирическое исследование осуществлялось посредством использования описательного и структурного методов.

Обсуждение и результаты

Структурно-семантическая схема номинативно-фразеологической единицы и ее реализация

Предназначенная для функционирования как речевое целое, данная структура, с одной стороны, статична – ее компоненты неизбежно составляют контраст прямого и переносного значений; с другой стороны, ей свойственна динамичность, обусловленная ориентированностью на конситуацию и функциональную перспективу. Например, адверсативные отношения возникают между свободным словосочетанием “run away” и фразеологической единицей “run (boss) the show” в словах суриката Тимона “I’ve always been good at running away, well, now I’m going to run the show”. Фразеологическим словарем идиоме дается следующее толкование: «вести дело, быть главным, быть хозяином, распоряжаться, верховодить, играть первую скрипку» [12, с. 962]. Сопоставляемые в высказывании компоненты оппозитивны: убежать в спасительные тоннели, прячась от хищных гиен, абсолютно противоположно воображаемому персонажем состоянию хозяина положения. Желаемая ситуация видится несколько самонадеянным героем как реальная, и сочетание “run away” комичным образом перетекает в совсем другое положение дел – “run the show”, формируя таким образом лапидарную антитезу. Экспрессивность фразы усиливается заметной «теснотой ряда», плотность линейно расположенных контрастирующих элементов сужает речевую цепь, подчеркивая главное – смысловое различие при одинаковости лексем. Русскоязычный перевод «Я всегда уносил ноги, но теперь я возьму все в свои руки», включающий в обеих частях идиоматические выражения, закрепляет выразительный игровой эффект, сохраняя семантическую противопоставленность.

Аналогично эксплицитная одинаковость элемента “brain-dead” лежит в основе противопоставления прямого и переносного значений в словах персонажа-актера в диалогическом единстве:

— I should get going. Big day at work. You know I’m in a coma? Today they do a test on me and it turns out I’m not brain-dead. (Мне пора. Важный день на работе. Помните, я же в коме. Сегодня меня обследуют и окажется, что мой мозг работает.)

— So... (Так...)

— Ah-ah-ah, Mr. Smartypants. It’s just my character that’s not brain-dead. (Нет-нет, умник. Это у моего персонажа мозги работают.)

Сериал «Друзья»: Сезон 7 эпизод 11

В номинативно-фразеологическом блоке реализуется такая синтаксическая перспектива, которая предполагается как семантическим, так и не менее важным для полноты модели формальным аспектом. Посредством приема выдвигания сопоставляемые элементы помещаются в сильную позицию конца предложения, взаимодействуют и порождают самоироничную остроту. Вовлеченными в контрадикторные отношения оказываются буквальное значение brain-dead – “in a state where your brain has stopped working properly even though your heart may still be beating” [13, с. 148] (в состоянии, когда мозг перестал работать нормально, даже хотя сердце еще может биться) – и переносное (быть безмозглым). Лексический повтор, приметным образом выполняющий текстосвязующую функцию, вместе с тем выразителен и по своему назначению: он представляет собой стилистическую фигуру К антанаклазу – повтор слова, при котором «используются разные смысловые оттенки и лексико-семантические варианты слова» [3, с. 33].

Анализируемые примеры представляют собой двучленный тип номинативно-фразеологического комплекса, допускающего разные возможности порядка следования частей. Так, в двучленной структуре высказывания Тимона “We see eye to eye” (Мы сходимся во взглядах) первым элементом является фразеологическое сращение “see eye to eye”. Буквальное значение выражено иконической составляющей – персонаж, в прямом смысле всматриваясь в глаза Пумбы, резко осознает, что приобрел друга. Постпозиция невербального компонента не является обязательной, но препозиция словесного однозначно объясняет происходящее, способствуя адекватному восприятию гетерогенного комплекса. Свообразие подобного употребления состоит в том, что отсутствие ожидаемого вербального компонента в номинативном значении видится как незавершенность формулы, но неполнота в итоге оказывается мнимой.

Идентификация приема двойной актуализации значения в кинотексте

Анализируемый номинативно-фразеологический комплекс предполагает контрастивную двусоставность компонентов, однако способы реализации отвлеченной структурной схемы могут существенно различаться в пределах заданных параметров. Безусловно облигаторным является элемент, обладающий переносным значением, который и делает существование данной коммуникативной единицы возможным. Для достижения полноты и законченности модели требуется соприсутствие прямой номинации, при этом омонимичность коррелятов может создавать трудности распознавания дуальности объекта в дискурсивном окружении. Подтверждение этому обнаруживается в сериале «Бруклин 9-9» (сезон 4, эпизод 6) в высказывании персонажа, который показывает сделанную к свадьбе коллеги арку из шариков: “She’s truly

breathtaking. There's a double meaning to that. The *breath* that it takes to inflate all those balloons. Of course I used the hand pump, but the bon mot still works." (Аж дух захватывает! Здесь двойной смысл. Воздух, который потребовался, чтобы надуть все эти шары. Конечно, я использовал ручной насос, но игра слов все же уместна).

Единая эксплицитно явленная лексема "brehtaking" двоична, на что указывает фраза "There's a double meaning to that" (Здесь двойной смысл), идентифицируя таким образом дискурсивный факт, то есть происходит «обнажение приема» [7, с. 157] двойной актуализации значения. Поясняющий компонент "The *breath* that it takes to inflate all those balloons" свидетельствует о допустимости разных толкований значения, указывая в частности первично-номинативное, на которое наслаивается доминирующее – переосмысленное. Выдвижению переносного – эпитета "brehtaking" (захватывающий, потрясающий) – и наделению его особой семантико-стилистической значимостью способствует ситуативная замена местоимения "it" на "she", то есть возникает «необычная предметная отнесенность», которая, по наблюдениям И.В. Арнольд «создает дополнительные коннотации оценочности, эмоциональности, экспрессивности» [2, с. 93]. Итак, посредством прономинальной транспозиции при сохранении частеречной принадлежности персонифицируется неодушевленное обозначение (арка), передавая вкуче с явственно аксиологической семантикой лексемы "brehtaking" восхищение персонажа. Приращение "but the bon mot still works" (но игра слов все же уместна) не является избыточным, оно предупреждает зрителя: шутка о ручном насосе – отвлекающий маневр, своеобразный "red herring". Сама же игра словами, каламбур строится на «константах интегрирования» [8, с. 10] расслоенного комплекса, в данном случае – прямом и переносном значениях слова "brehtaking".

Поскольку арка не была оценена, герой решает «лопнуть» шары: "Of course, you didn't want to burst my bubble. Pun intended. And then you did." «Конечно, ты не хотела разрушать мои иллюзии. Тут каламбур. Все из-за тебя.» Аналогично применение двойной актуализации значения сигнализируется направляющим зрителя вкраплением "Pun intended", при этом предполагаемое номинативно-фразеологической формулой наличие двух звеньев оппозиции отсутствует, точнее, оно не выражено. По определению В. П. Жукова, в бинарной оппозиции сильным, маркированным членом выступает фразеологический, отличающийся «степенью интенсивности проявления признака» [4, с. 20] и утверждающий семантическое содержание. Напротив, слабый, беспризнаковый член оппозиции, лишенный до некоторой степени функциональной значимости, может быть выражен имплицитно, но он никоим образом не исключен и является нулевым знаком.

Нулевой знак в синхронном противопоставлении

Изучая взаимосвязанные синхронные отношения контрадикторности, Р. О. Якобсон отмечал семантико-стилистическую значимость понятия «нуля», то есть «отсутствие, противопоставляемое наличию» [9, с. 222]. В частности, в пределах исследуемой структуры противопоставленными оказываются мотивированное специфическое употребление, определяющее смысловой вектор высказывания, и первичная номинация, эксплицитно не представленная, но воспринимаемая как подразумеваемый знак. Рассматриваемое явление соотносимо с понятием «давление ряда», которое, по описанию В.Н. Ярцевой, «относится к синхронии и выражается в тенденции ряда к полноте, пропорциональности и законченности» [10, с. 236]. Элемент, причастный по некоторому признаку к данному ряду, стремится войти в него, создавая связанность, достаточную наполненность и завершенность формы. Основанием для антиципации элемента становится семантико-структурная модель, в которой предполагается возможность выбора, подсказываемого контекстом и ситуацией.

В данном случае за маркированным знаком – идиомой "to burst sb's bubble", то есть "to destroy sb's beliefs or hopes about something" [13, с. 162] (разрушать то, во что верят или на что надеются) – мерцает прямое значение "bubble" – пузырь, в некотором роде соотносимое с "balloon". Следует отметить, что лексема "bubble" имеет совокупность оппозиций, а именно прямое значение и переносное – «дутое предприятие, мыльный пузырь, химера» [11, с. 224] – фактор, формирующий амбивалентность, которая, впрочем, устраняется проявленной оппозицией морфологической категории числа. Контекстом высказывания в случае использования прямого значения требуется множественное число существительного "bubble", а форма идиомы устойчива – единственное число является постоянным, фиксированным для данной фразеологической единицы. Морфологическая оппозиция приобретает дистинктивный характер в плане семантики и в речевой цепи выполняет смысловоразличительную функцию. Данное употребление может рассматриваться в аспекте теории грамматикализации, которая постулирует, что семантические изменения языковой единицы расширяют, сокращают или специфицируют ее грамматические свойства. Так, оказываясь компонентом идиомы, лексема "bubble" в оппозиции категории числа утрачивает форму множественного числа, а единственное становится обязательным.

Лингвостилистический анализ рассматриваемого диалогического единства фиксирует архитектурную нисходящую градацию, взаимосвязанные элементы которой обеспечивают целостность и направленность восприятия происходящего. Стилистически релевантными оказываются разноуровневые языковые средства и неязыковые способы их применения. Градуальная схема вбирает в себя прономинальную транспозицию, оценочный эпитет "breathhtaking", синонимизацию нейтрального "balloon" и аксиологически сниженного "bubble" и, наконец, саму идиому, что в целом отражает эмоциональное движение персонажа от восхищения до глубочайшего огорчения.

Выводы

Для идентификации рассматриваемой коммуникативной единицы в кинотексте требуется многомерный подход, исследующий ее специфику на лексико-семантическом, морфологическом, синтаксическом уровнях. Неизбежным результатом категориальной разнородности составляющих – единиц прямой номинации и фразеологизмов – становится их поляризация на семантико-стилистическом уровне, которая проявляется в диапазоне от сопоставленности до противопоставленности. Данный комплекс отличается относительной гибкостью и открытостью, границы допустимой вариативности определены структурно-семантической спецификой и лексическим наполнением фразеологической единицы.

Анализ номинативно-фразеологического комплекса фиксирует как регулярные двучленные реализации, так и более сложные для распознавания – с нулевым компонентом. В языке оригинала этот фактор используется в создании каламбура, который далеко не всегда удается выразить средствами переводящего языка, что приводит к применению компенсационного метода. Адекватному истолкованию выраженных в кинотексте смыслов содействуют лингвостилистические способы выдвижения, которые фокусируют внимание зрителя на коррелирующих элементах, их сцеплении в речевой последовательности.

Смысловая емкость и отличительность выражения номинативно-фразеологического комплекса выделяют его как эффективное средство, способное реализовывать как прагмасемантические функции коммуникации, так и свое творческое назначение в художественном языке кинодиалога. Дальнейшее исследование данного объекта, ставшего в кинодискурсе явлением отнюдь не периферийным, требует углубленного изучения, в частности выбора переводческих тактик.

Литература

1. Аничков И.Е. Труды по языкознанию. СПб: Наука. 1997. 510 с.
2. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. М.: Флинта: Наука. 2014. 384 с.
3. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. 486 с.
4. Жуков В.П. Семантика фразеологических оборотов. М.: Ленанд. 2019. 160 с.
5. Кудряшова А.Н., Гузь Ю.А. Структурные особенности диалогической речи. Минимальная диалогическая единица // Гуманитарные и социальные науки. 2015 № 2. С. 98 – 101.
6. Пащенко М.А. Выявление единиц коммуникации: коммуникативно-стратегический подход // Вестник ЗабГУ № 01 (92) 2013. С. 119 – 123.
7. Петрова М.В. Обнажение приема речевой манипуляции как способ противостояния ей // Филологические науки. Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота, 2017. № 1 (67): в 2-х ч. Ч. 1. С. 156 – 160.
8. Черкашин А.К. Метатеоретическое семиотическое моделирование в науке и технике // Информационные и математические технологии в науке и управлении. 2022. № 2 (26). С. 05 – 23.
9. Якобсон Р.О. Избранные работы. М.: Прогресс. 1985. 460 с.
10. Ярцева В. Н. О взаимосвязи элементов языковой системы уровней // сб. статей: Единицы разных уровней грамматического строя языка и их взаимодействие / редактор В.Н. Ярцева. М.: Наука. 1969. С. 233 – 239.
11. Большой англо-русский словарь в 2-х т. /общ. ред. и сост. И. Р. Гальперин. М.: Рус.яз., 1987. Т. I. 1039 с.
12. Англо-русский фразеологический словарь/ общ. ред. и сост. Кунин А. В. Государственное издательство иностранных и национальных словарей. М.: 1955 г. 1455 с.
13. Longman Dictionary of Contemporary English. Harlow: Pearson Education Limited. 2001. 1668 p.

References

1. Anichkov I.E. Trudy po jazykoznaniju. SPb: Nauka. 1997. 510 s.
2. Arnold I.V. Stilistika. Sovremennyj anglijskij jazyk. M.: Flinta: Nauka. 2014. 384 s.
3. Zherebilo T.V. Slovar' lingvisticheskikh terminov. Nazran': ООО «Piligrim», 2010. 486 s.
4. Zhukov V.P. Semantika frazeologicheskikh oborotov. M.: Lenand. 2019. 160 s.

5. Kudrjashova A.N., Guz' Ju.A. Strukturnye osobennosti dialogicheskoy rechi. Minimal'naja dialogicheskaja edinica. Gumanitarnye i social'nye nauki. 2015 № 2. S. 98 – 101.
6. Pashhenko M.A. Vyjavlenie edinic kommunikacii: kommunikativno-strategicheskij podhod. Vestnik ZabGU № 01 (92) 2013. S. 119 – 123.
7. Petrova M.V. Obnazhenie priema rechevoj manipuljacii kak sposob protivostojanija ej. Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki Tambov: Gramota, 2017. № 1 (67): v 2-h ch. Ch. 1. C. 156 – 160.
8. Cherkashin A.K. Metateoreticheskoe semioticheskoe modelirovanie v nauke i tehnike. Informacionnye i matematicheskie tehnologii v nauke i upravlenii. 2022. № 2 (26). S. 05 – 23.
9. Jakobson R.O. Izbrannye raboty. M.: Progress. 1985. 460 s.
10. Jarceva V. N. O vzaimosvjazi jelementov jazykovej sistemy urovnej.sb. statej: Edinicy raznyh urovnej grammaticheskogo stroja jazyka i ih vzaimodejstvie. redaktor V.N. Jarceva. M.: Nauka. 1969. S. 233 – 239.
11. Bol'shoj anglo-russkij slovar' v 2-h t. obshh. red. i sost. I. R. Gal'perin. M.: Rus.jaz., 1987. T. I. 1039 s.
12. Anglo-russkij frazeologicheskij slovar'/ obshh. red. i sost. Kunin A. V. Gosudarstvennoe izda-tel'stvo inostrannyh i nacional'nyh slovaroj. M.: 1955 g. 1455 s.
13. Longman Dictionary of Contemporary English. Harlow: Pearson Education Limited. 2001. 1668 p.

*Butenko E.V., Senior Lecturer,
St. Petersburg State Institute of Film and Television*

Nominative-phraseological complex as a communicative unit of film dialogue

Abstract: the relevance of the subject under study is based on the need to scrutinize the structural and semantic properties of a specific complex created by the method of double actualization of meaning – direct and phraseological. This phenomenon, widespread in the artistic language of film dialogue, causes difficulties in its identification and translation. In this regard, the purpose of the research is to identify the nominative-phraseological complex as an autonomous communicative unit with its inherent discursive features. Therefore, the objectives of the research are: 1) a description of the compositional and discursive properties of the complex; 2) its analysis from the point of view of a logical structure; 3) fixation of linguo-stylistic means of foregrounding semantics in characters' statements, containing the structure under consideration. The study results in distinguishing linguistic patterns of this semantically complicated phenomenon, thus being identified in the original language, it can be adequately translated. So it is the application-oriented approach that necessitates presenting this linguistic object in the form of a model or a generalized formula with its rules for expansion and deployment, which constitutes a certain novelty of the study. The analysed discursive complex is characterized by its flexibility and relative openness, allowing limited variability of lexical content and syntactic construction. These factors ensure both originality and productivity of the model, confirming its relevance in the artistic language of film dialogue.

Keywords: idiom, double actualization of meaning, binary opposition, adversative, foregrounding, antanaklase, correlation, zero sign

For citation: Butenko E.V. Nominative-phraseological complex as a communicative unit of film dialogue. Philological Sciences Bulletin. 2023. 3 (8). P. 154 – 158.

Received: July 1, 2023; Revised: August 12, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Курочкина Е.А., старший преподаватель,
Стерлитамакский филиал Уфимского университета науки и технологий*

Основные тенденции пополнения немецкого молодежного сленга в интернет-коммуникации

Аннотация: в данной статье рассматриваются особенности пополнения лексического состава немецкого молодежного языка в условиях интернет-коммуникации. Актуальность темы работы определяется тем, что активное использование молодым поколением интернет-опосредованной коммуникации оказало значительное влияние на пути и способы пополнения лексического состава немецкого молодежного сленга. Целью данной статьи является рассмотреть и выявить основные тенденции пополнения немецкого молодежного сленга в сети интернет. В качестве предмета исследования рассматриваются языковые особенности немецкого молодежного сленга в условиях интернет-коммуникации. Кроме того, в статье ставится задача доказать, что интернет-коммуникация, будучи электронным форматом реального общения, оказывает влияние на процесс словообразования и специфику пополнения лексического состава немецкого молодежного языка. Так согласно исследованию было обнаружено, что чаще всего встречаются слова образованные с помощью семантической деривации, заимствования, сокращения и аббревиации, что объясняется техническими особенностями интернет-коммуникации, требованиями электронного этикета и правилами общения в чатах, а также процессами глобализации и интеркультуризации, проходящими в современном обществе.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, молодежный язык, семантическая деривация, заимствование, аббревиация, игра слов, конверсия

Для цитирования: Курочкина Е.А. Основные тенденции пополнения немецкого молодежного сленга в интернет-коммуникации // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 159 – 167.

Поступила в редакцию: 15 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 12 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Благодаря активному развитию и использованию информационных технологий интернет-коммуникация стала неотъемлемой частью повседневной жизни современного молодого человека. Именно такие коммуникационные интернет-платформы как блоги и социальные сети стали основной средой обмена новостями, личными и деловыми сообщениями и другой актуальной информацией, оказывающие значительное влияние на пути и способы пополнения лексического состава немецкого языка, и немецкого молодежного сленга в частности.

Цель данной статьи – рассмотреть основных тенденций пополнения немецкого молодежного сленга в условиях интернет-коммуникации.

Материалом для исследования послужили тексты интернет-сообщений социальных сетей Snapchat, Twitter, meinVZ, Instagram, а так электронные сообщения молодежных чатов www.bambusratte-forum.de, www.mädchen.de, www.board.t4e-community.de, www.kwick.de/foruma.

Под интернет-коммуникацией А.Н. Гребнев подразумевает «особое социально-информационное взаимодействие участников общения, где основным каналом коммуникации выступает открытая электронная интернет-среда, а средством общения определённые компьютерные технологии (электронная почта, форумы, блоги, чаты)» [4, с. 221].

Согласно Е.Н. Галичкиной, электронную коммуникацию можно классифицировать по следующим признакам: по масштабности (массовая/групповая/внутриличностная); по времени (краткая/неограниченная во времени, синхронная/асинхронная); по форме (письменная (текстовая/графическая) и устная); по каналу передачи (актуальная/виртуальная); по способу контакта всегда опосредованная [3, с. 11].

Кроме того, Е.Н. Галичкина в своей работе «Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций)» говорит о следующих качествах интернет-коммуникации: виртуальность или условность процесса общения, гипертекстуальность или наличие ссылок и взаимосвязь с другими текстами, анонимность отсутствие образа реального участника общения, креолизованность или наличие вербальных и невербальных элементов, дистантность или наличие расстояния между коммуникантами и отсутствие непосредственного контакта, оперативность и быстрота установления контакта, устно-письменный характер коммуникации, т.е. взаимосвязь устных и письменных элементов письменной речи [3, с. 14-16].

Все эти особенности отразилась на системных требованиях, предъявляемых к техническому написанию и оформлению электронных сообщений, которые являются не только основным средством общения в ин-

тернет-пространстве, но и являются транслятором «виртуальной языковой личности» пользователя. Среди них выделяют лимит символов и времени на набор сообщения, использование латиницы/кириллицы или их чередование, использование видео, фото, изображения, эмодзи, различных сокращений, жирного шрифта, выделений, курсива или Caps Lock и др. [16, с. 379-382].

Из вышеперечисленного становится понятно, процесс коммуникативного взаимодействия между пользователями в интернет-пространстве отличается от норм и правил традиционного общения, что отразилось на лексическом составе немецкого молодежного сленга.

В отечественном языкознании понятие «молодежный сленг» трактуется как «один из видов групповых жаргонов, использующихся в речи разнообразных молодежных группировок, возникший с целью противопоставления себя старшему поколению и системе власти» [13].

Н.Д. Матарыкина трактует молодежный сленг как «особый пласт немецкого языка, существующий на основе разговорной речи и стремящийся к расширению сферы применения и переходу в разговорную речь, поэтому молодежный сленг можно отнести к периферии разговорной речи» [10, с. 24].

Стоит отметить, что в германистике понятию «молодежный сленг» соответствует термин «Jugendsprache» (молодежный язык), т.е. способ или манера речи (eine Sprechweise der Jugendlichen), которым пользуются молодые люди.

Но единой трактовки «Jugendsprache» не существует. Так, П. Шлобински (Peter Schlobinski) при определении данного термина принимает во внимание различие в языковых ситуациях общения (дома или в школе), возраст коммуникантов и эмоциональное состояние [19, с. 39].

По мнению Я.К. Андрутопоулоса (Jannis K. Androutopoulos), Jugendsprache необходимо рассматривать как «множество нестандартных языковых моделей, которые делятся внутри одной молодежной группы на социокультурные составляющие» [17, с. 46].

Однако внутри каждой социальной группы молодежи существуют разные возрастные группы и сообщества, в которых может использоваться различная форма молодежного языка, например: Schülersprache, Comicdeutsch, Denglisch, Studentensprache, Soldatensprache, Szenesprache, Drogenjargon, Netzjargon.

Не меньшую роль играет и процесс глобализации и межкультурного взаимодействия, благодаря чему в немецком языке появилось большое количество заимствований из английского языка и этнолектов: Denglisch, Kanak Sprak/Kanakisch, Kiezdeutsch, Türkisch-deutsch.

В связи с этим принято говорить не столько о молодежном языке, а сколько о его большом разнообразии характеристик и форм, которые варьируются в зависимости от контекста, времени, ситуации общения и группы. Всех их объединяют такие качества как яркость, экспрессивность, метафоричность и ирония.

Согласно исследованиям молодое поколение использует в своей речи этот особый язык внутри своей группы с целью зашифровать свое сообщение, отделить себя от мира взрослых и идентифицироваться со своей социальной группой. Кроме того, употребление в речи молодежного языка дает чувство единения, солидарности, сплоченности и помогает раскрыться и эмоционально раскрепоститься в кругу «своих». Особенно это ощущается на форумах, блогах или чатах, посвященных определённой тематике, например, онлайн-играм, спорту, моде или косметологии.

К основным функциям лексики молодежного языка или сленга относят:

- коммуникативную, т.е. осуществление коммуникации как в молодежной среде в целом, так и для каждой субкультуры отдельно;
 - номинативная функция, т.е. наименование предмета или явления;
 - когнитивную, т.е. придание дополнительного значения для того или иного предмета или явления;
 - мировоззренческая функция, т.е. отражение актуальных ценностей и идеалов, характерных для молодежных субкультур;
 - идентификационная функция, т.е. выступает как пароль для той или иной молодежной субкультуры.
- [7, с. 24].

Еще одной немаловажной функцией молодежного языка является функция экономии времени и места за счёт сокращений, усечения слов или аббревиации. Особенно ярко это появляется в электронной коммуникации: SMS-переписке, социальных сетях, форумах, чатах [6, с. 28].

Огромное влияние на речь молодых людей оказывает и цифровая среда, а именно социальные сети (Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok) и мессенджеры (WhatsApp, Signal или Telegram). Интернет-сленг активно проникает в молодёжную речь и таким образом происходит смешение молодежной лексики и интернет-сленга. В связи с этим сегодня исследователи говорят о существовании компьютерного молодежного сленга, который активно употребляется в интернет-коммуникации.

Традиционно выделяют следующие способы пополнения лексического состава молодежного языка: лексико-семантический, морфологический или компрессионно-морфологический и заимствования [11].

Пополнение немецкого молодежного языка в условиях интернет-пространства происходит тем же способом, расхождение лишь в процентном соотношении. Так, согласно данному исследованию количество сленгизмов, образованных с помощью семантической деривации, составило 23% от общего числа молодежной сленговой лексики, используемой в интернет-переписке.

Термин «семантическая деривация/вариация» трактуется как «изменение значения слова с помощью переноса значения одного предмета на другой по причине их подобия» [14]. Так, слово «*Opfer*» (с нем. «жертва») в немецком молодежном сленге утвердилось в значении «неудачник по собственной вине».

Понятие «*Sauftrag*» (с нем. «заказ») в молодежном лексиконе означает «запланированное мероприятие, где предполагается употребление алкогольных напитков».

Слово *Umweltsau* дословный перевод с немецкого «экологическая свинья», т.е. в молодежном сленге используется для обозначения человека или организации, которые вредят окружающей среде [18].

Расширение и сужение, улучшение или ухудшение значения лексической единицы является основными видами семантической деривации [1].

Под расширением значения понимается увеличение семантического объема слова, например: прилагательное *gottlos* (безбожный) используется в значении «ужасное, страшное, жестокое» или для усиления какого-либо качества или свойства (*gottlos gut* – очень хорошее) [18].

Семантическое сужение является противоположным явлением, в процессе чего слово приобретает узкое значение, например: *unterkomplex* – *полоумный* [20].

Как видно из примеров, слова могут «улучшать» или «ухудшать» свое значение. Так, популярное в 2019 году слово *Zerstören/Zerstörung* (с нем. «разрушать/разрушение») в молодежном языке это используется в значении «критиковать кого-либо» [18].

Однако чаще всего встречается именно процесс пейорации, т.е. ухудшение значения слова, под которым в Словаре иностранных слов понимает «снижение стилистических характеристик лексической единицы» [9, с. 426]. Например: *Geringverdiener* (низкооплачиваемый работник) – неудачник; *mügend* (уставший) – одновременное состояние усталости, истощения, разочарования и гнева; *bodenlos* (бездонный) – что-то невероятно плохое или мерзкое; *wild* (дикий) – жестокий, грубый или интенсивный [20].

Как видно из приведенных выше примеров, использования метафор и метонимии в процессе интернет-коммуникации является необходимостью, поскольку помогает избежать прямого оскорбления в процессе онлайн-коммуникации и нарушение этикета общения в интернет-пространстве.

В ходе исследования в интернет-переписке была обнаружена фразеологическая деривация, которая составила 2,7%. Р.Н. Менон (Ravinder. N. Menon) в своей работе «Сленговая фразеология и ее функционирование в речи» говорит о таких способах формирования сленговой фразеологии как переосмысление, искажение, видоизменение, заимствование [12].

Под переосмыслением понимается процесс появления новой семантики у идиоматического выражения, например: выражение «*Seiten auf Kontostand*» подразумевает, что остаток на счете равен нулю, а молодежь использует это выражение в значении «быть на нуле», «разорен».

Фраза *In die DMs sliden* (от нем. «перейти в личные сообщения») в молодежном языке означает «связаться с кем-либо/найти кого-либо через личные сообщения» [18].

В процессе фонетического искажения образуются новые фразеологические единицы, например: выражение *Fühl ich* (от «*Ich fühle das*») означает «я тоже», т.е. что кто-то пережил подобную ситуацию.

Выражение «*Ich schwöre bei Gott*» (Клянусь богом) в молодежном языке было усечено до «*Bei Gott*» и служит для усиления значения высказывания [18].

Еще одно усечение «*Auf Lock*», образованное от выражения «*auf locker*», и означает «просто так» [21].

В процессе видоизменения или замены одного слова другим из немецкого или иностранного языка также образуются фразеологические единицы, например, фразу «*Main Character sein*» (досл. «Быть главным героем») молодежь использует в значении «видеть свою жизнь как фильм, в котором ты главный герой» [20].

Нередко встречается заимствование фразеологической единицы, количество которых составило 3,5%. Стоит отметить, что чаще устойчивые выражения заимствуются из английского языка всего заимствованная лексика приходит из английского языка, например: *kickt hart (rein)* – оказывать сильное эмоциональное воздействие; *for real* – на самом деле? *Purge-Watching* – досмотреть сериал, даже если он перестал быть интересным, *No Cap* – кроме шуток, *No Front* – без обид [18].

Стоит сказать о наличии в интернет-переписке молодежных неологизмов, количество которых составила 6,2%. Основная часть неологизмов зародилась в интернет-среде и является авторскими. Так, слово *Schlurky* используется в значении «круто, зажигательно, классно» и появилось после комментария к выпуску передачи «*Late Night Berlin*» от 18 марта 2019 года.

Прилагательное *rapatastisch* возникло благодаря стримеру Twitch Paparlatte и обозначает что-то «прекрасное, экстраординарное или фантастическое» [18].

Еще один авторский неологизм «*Gönnjamin*», придуманный рэпером Kollegah, означает человека, который любит делать что-то хорошее для себя и баловать себя дорогими вещами [21].

Слова *Bubatz/Bobatz/Bobaz/Babak* имеют общее значение – «сигарета с «веществом». Данные понятия пришли из хип-хоп-культуры и песен таких исполнителей как Nimo, Capital Bra, Celo & Abdi, Xatar и другие.

Новыми в немецком молодежном языке могут быть и фразеологизмы, например, идиома «*Machen kein Auge*» имеет значение «смотреть с завистью» [20].

Фраза «*Lack gesoffen?*» используется как риторический вопрос, с целью выяснить вменяем ли кто-то еще [21].

Выражение «*Hops genommen*» или образованный путем сложения основ глагол *hoppnehmen* (от глаголов *hoppeln* и *nehmen*) используется в значении «дразнить или шутить над кем-либо» [18].

Такие сленговые фразеологизмы возникают как результат творческого мышления любителей молодежного сленга. Новые лексические единицы обозначают сложные понятия, которые связаны с бытом, жизнью молодого поколения и для выражения которых литературный язык не располагает подходящими эквивалентами, поскольку при толковании многих из них лексикографы вынуждены раскрывать их смысл описательно, с помощью многословных сочетаний.

Еще один эффективный способ словообразования в немецком молодежном языке – морфологический, т.е. прибавление аффиксов, префиксов и суффиксов к основе слова для образования новой лексической единицы [5].

Подобным способом создается 12% молодежной лексики в сети интернет. Наиболее популярные суффиксы: –o, –ler, –el (*Macher* – деятель, *Feudel* – тряпка, *Zwambo* – купюра достоинством в 20 евро); аффиксы: ab-, zu-, ent-, (*abfüttern* – питаться некачественной едой, *einpfeifen* – есть второпях, *zubuttern* – дать взятку); полупрефиксы – ob-, – an, – extra (*Anleihe* – одноклассник, *Obmann* – староста, судья, реферри, шеф, *Extrawurst* – одиночка) [18].

В интернет-переписке встречается префиксально-суффиксальный способ образования молодежных сленгизмов, например: *Überflieger* – надменный человек, *Geflogener*, *Absteiger* – неудачник [20].

В интернет-переписке молодежи не редко можно встретить конверсию, т.е. перемещение производящей основы слова в другую парадигму [2]. Чаще всего с помощью конверсии образуются существительные от глагольных основ: например, слово *Schwurbler* произошло от средневерхненемецкого «*swerben*» («кувыркаться, ходить кругами») и обозначает противников вакцинации.

Молодое поколение также использует в письменной речи отсубстантивные прилагательные, образованные благодаря конверсии, например, «*knorke*», «*dufte*», «*tofte*», «*schocke*» - хорошо, здорово, круто [20].

Наблюдается увеличение количества глаголов, образованных по конверсии от именных основ, например: *viben* (от *Vibe*) – тусоваться, наслаждаться, расслабляться; *parflixen* – вздремнуть пока идет фильм на Netflix; *lindnern* (от имени политика СвДП Кристиана Линднера (*Christian Lindner*)) – кто-то скорее ничего не сделает, чем сделает что-то плохо или неправильно [18].

Таким образом, конверсия как способ образования новых слов является эффективным методом пополнения молодежного языка, и количество образованных конверсией лексических единиц составило 9% от общего числа слов в молодежном сленге в электронной среде.

Словосложение также является одним из популярных способов словообразования в немецком молодежном языке. Словообразование может происходить от существительного и существительного, прилагательного и существительного, глагола и существительного, предлога и существительного или прилагательного и т.д. Так, популярное в молодежной среде 2019 году уничижительное слово *Buttergolem* используется для оскорбления людей с избыточным весом. Слово образовано сложением основ *Butter* (масло) + *Golem*. С раннего средневековья в Центральной Европе големом (*Golem*) называли фигуру в еврейской литературе и мистике. Это немое человекоподобное существо, созданное мудрецами из глины, часто обладало огромными размерами и силой и могло выполнять приказы [18].

Слово *die Tik-Tok-Tussi* (вертихвостка, телка, деваха) пришло как раз из сферы интернет-общения и образовано от наименования интернет-сервиса для создания коротких видео «*Tik-Tok*» и слова «*Tussi*», обозначающему молодую девушку, милашку [20].

Понятие *Alpha-Kevin* состоит из слова *Alpha*, т.е. альфа-самец или босс, и имени собственного *Kevin*, которое обычно ассоциируется с глупостью. Молодежный сленгизм *Alpha-Kevin* свидетельствует о том, что самый глупый из глупых становится лидером. Данное слово было популярно в 2015 году, однако и сегодня его можно встретить в переписке девушек [21].

Слово *Stombie* состоит из двух слов *Smartphone* и *Zombie* и характеризует молодых людей, которые все свое время проводят в смартфонах и не замечают реальность [18].

Таким образом, количество сленговых единиц, образованных словосложением составило 8%.

Игра слов является еще одним из способов соединения иносказания и юмора. В популярном толково-энциклопедическом словаре термин «игра слов» трактуется так: «это шутка, основанная на одинаковом звучании разных слов» [15].

В языке молодежи игра слов используется для создания алогичности и обеспечивает определенное эмоциональное воздействие на собеседника, например: во фразе «*Alles gucci*» слово «*gut*» на основе фонетического сходства было заменено словом «*gucci*» и обозначает «*Все хорошо*».

Кроме того, в переписке немецкой молодежи можно встретить лексические единицы или фразы, построенные на ритмичности произношения, например: *Pillepalle* – *что-то незначительное и неважное*; *Geile scheiße* – *чертовски круто*; *GEGE* – *выражает удовлетворение* [18].

Игра слов, как способ словообразования, представляет собой трудоемкий и творческий подход, поэтому количество молодежных слов, образованных данным способом составило всего 2,1%

Как видно из примеров, немецкий молодежный язык привлекает внимание своей выразительностью, озорной и веселой игрой слов. Лексический состав сленга характеризуется свежей метафоричностью, раскованностью, а порой и краткостью обозначений.

Значительную часть немецкой молодежной лексики составляют различные заимствования из английского, арабского, турецкого и других языков. Особой популярностью пользуется английский язык, что объясняется большим влиянием США и Великобритании на все сферы общественной жизни Германии. Кроме того, само интернет-пространство побуждает молодое поколение к активному осваиванию и использованию лексических и фразеологических единиц, пришедших из английского языка.

Заимствование, т.е. процесс усвоения лексических единиц одного языка другим [2]. Процесс заимствования осуществляется несколькими путями:

– калькирование, т.е. полное перенятие графической, фонетической формы слова и его значения, например: *cheigy* – *старомодный, простой и скучный*, *Rizz* – *чувство собственного достоинства, высокая самооценка харизма*; *random* – *случайный*; *obsessed* – *одержимый*; *relatable/relaten* – *способный понять что-либо* [18];

– полукалька, когда скалькированное слово адаптируется в немецком языке в соответствии с грамматическими и фонетическими нормами, например: *abturn* – *портить удовольствие или настроение*, *gedribbelt/ausgedribbelt* – *быть обманутым*, *viben* – *тусоваться, расслабляться* [20];

– слова-гибриды, т.е. сложные слова, одна часть которых может быть заимствована из языка реципиента, например: *Fake Körper/Fake Body* – *тело подвергшееся множеству пластических операций*, *Lachkick* – *взрыв смеха*, *Situationship* – *отношения, в которых люди чувствуют себя одиночками*) [20].

Иногда англицизм меняет свое значение, например: слово *shady* в английском языке означает тенистый, а в немецком молодежном языке «теновой, скрытый, незаконный».

Как правило, перенимаются лексические единицы, которые обозначают явления или предметы, которых нет в немецком языке и культуре. В молодежной среде это относится к наименованиям брендов, трендов и стримов, например названия трендов или стримов: *Insta Baddie* – *привлекательная, желанная девушка в Instagram*, *Y2K-Style* – *модный тренд, вдохновленный 2000-ми годами*, *Generation C* – *обозначение молодых людей, выросших во время пандемии*, *E-Girl/E-Boy* – *интернет-тренд среди молодых женщин и мужчин* [18].

Заимствование лексических единиц происходит и из турецкого и арабского языков, например: *Sör* – *очень плохой, мусорный, дерьмовый*, *hak etmek* – *чего-то стоить, зарабатывать*, *Mashallah* – *великий*, *Wallah/ Vallah* – «*клянусь ...*», *Dilahra* – *красивая темноволосая загорелая девушка, которая проводит много времени в калянных для поиска состоятельного мужчины* [21].

Сегодня в молодежной среде не только Германии, но и России, очень популярна К-Поп-музыка, т.е. музыкальный жанр, возникший в Южной Корее. Это особый яркий мир музыки, элементы западного электропопа, хип-хопа и ритм-н-блюза. Лексика из этой музыкальной субкультуры также нередко встречается в интернет-коммуникации, даже вреди людей, которые не являются фанатами этого направления, например: *Idol* – *К-Поп-звезда*; *All-Kill* – *ситуация, когда песня занимает первое место во всех восьми корейских музыкальных чартах*; *Anti-Fan* – *человек, который ненавидит определенную знаменитость*; *Bagel-Mädchen* – *девушка со зрелой фигурой и детским лицом*; *Bromance* – *отношения между айдолами-мужчинами или актерами и другие* [18].

Таким образом, в ходе исследования было установлено, что количество заимствованных слов составило 20,5 % от общего числа лексических единиц немецкого молодежного языка в сети интернет.

Еще один востребованный способ обогащения немецкого молодежного языка в сети интернет – сокращение (13%), поскольку одной из задач интернет-коммуниканта является необходимость уложить основной посыл сообщения в минимальное количество графических символов.

Сокращение текста интернет-сообщения за счет следующих способы компрессии слов [8]:

- апокопа, т.е. усечение конца слова (*sus – suspekt/suspect, simp – simple, Bre/Bro – Bruder*) [21, 20];
- афереза, т.е. сокращение начала слова (*der Pott – der Ruhrpott; kanisch – amerikanisch*) [18];
- слияние нескольких усеченных основ слова (*Brexodus – Brexit+Exodus, Props-Proper+Respect, Zwambo – 20-Euro-Schein*) [20];
- буквенные аббревиации (*rr – real rap; bg – Bei Gott; FB – Facebook; nh – einen; L/W – Loss/Win; BFF – Best Friend Forever*) [18];
- акронимы, которые произносятся как одно слово (*FAFO – fuck around and find out, AKA – Also Known As; RUOK – Are you OK? WE – Wochenende, HDGDL – Hab Dich ganz doll lieb*) [20, 18];
- графоны, т.е. комбинация графических символов и букв (*143 – Ich liebe dich ; N8 – Nacht; t+ think positive*) [21,18].

Активное использование различного рода сокращений в интернет-переписке объясняется экономией времени и графических средств, необходимых для набора сообщения. Интернет-коммуникация проходит в условиях реального времени, а собеседники находятся на удаленном расстоянии друг от друга, имея лишь отдаленное представление друг о друге. А ответы, замечания, возражения должны быть незамедлительными, актуальными и своевременными, для того чтобы не разрушить логичность и последовательность построения реплик и, как следствие, ведения всего диалога.

Сокращению и сжатию подвержены не только лексические единицы, но и идиомы, вводные конструкции и целые предложения, а использование сокращений, аббревиаций и графонов делают интернет-сообщение трудночитаемым для посторонних или скрыть оскорбление от администрации сайта.

Таким образом, говоря об основных тенденциях пополнения немецкого молодежного сленга можно сделать вывод, что самыми распространенными способами словообразования в условиях интернет-коммуникации являются семантическая деривация (23%), иноязычные заимствования (20,5%), аббревиация и сокращения (13%).

Распространённость семантической деривации объясняется стремлением ярко и красочно описать какое-либо явление или предмет или выразить свое отношение к происходящему с помощью метафор и метонимии. Кроме того, это позволяет избежать прямого оскорбления или получить запрет от администрации сайта на ряд определенных действий.

Популярность заимствований, в частности англицизмов, вызвано повсеместным использованием английского языка и востребованностью в молодежной среде англоязычной культуры и образа жизни. Кроме того, более половины информации в интернете храниться именно на английском языке.

Чаще всего в интернет-переписке пользователей можно обнаружить такие виды англоязычных заимствований как калька, полукалька, а также заимствованные аббревиатуры. Новые лексические единицы в процессе перехода в немецкий язык могут «адаптироваться» и перенимать грамматические характеристики немецкого языка.

Техническая специфика интернет-общения предъявляет свои требования к оформлению электронного сообщения, поэтому на третьем месте по популярности выходят аббревиация и сокращение.

Реже всего в интернет-сообщениях можно встретить игру слов, поскольку для создания таких лексических единиц от пользователей требуется креативность и время, которое весьма лимитировано в процессе коммуникации в интернет-пространстве.

Таким образом, интернет-коммуникация протекает в специфических условиях, отличающихся от реального, «живого» общения. Поэтому использование лексических единиц молодежного языка способно придать интернет-сообщению больше экспрессивности, выразительности, непринужденности, дает возможность скрыть основной посыл электронного сообщения, определить участников онлайн-коммуникации как «свой-чужой», избежать наказания за нарушение правил общения в интернет-среде со стороны администрации сайта, а также позволяет сэкономить время, необходимое на написание мессенджера. В связи с вышесказанным, можно утверждать о непосредственном влиянии интернет-среды и ее средств на особенности формирования и функционирования молодежного языка, которое приводит к трансформации письменной речи молодых людей, манере написании, что дает основание говорить о наличии виртуальной версии молодежного языка.

Литература

1. Ахмерова Г.Ф., Белая А.Г., Кузнецова Т.А. Изменение лексического значения слов: расширение и сужение значений // Наука – образованию, производству, экономике: материалы 16-й Международной научно-технической конференции. Минск: БНТУ, 2018. Т. 4. С. 260. URL: <https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/59301/260.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=> (дата обращения: 12.08.2023)
2. Большой энциклопедический словарь. URL: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/enc3p/> (дата обращения: 13.08.2023)
3. Галичкина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2001. 42 с.
4. Гребнев А.Н. Методология коммуникационной научно-образовательной среды // Труды XIII Всероссийской научно-методической конференции «Телематика 2006». Санкт-Петербург, 2006. Т. 1. С. 220 – 222.
5. Жеребило Т.В. Термины и понятия: Морфемика. Словообразование: Словарь-справочник. Назрань: ООО «Пилигрим». 2011. URL: <https://morphemic.academic.ru> (дата обращения: 13.08.2023)
6. Захарченко Т.Е. Английский и американский сленг. М.: Изд-во АСТ, 2009. 133 с.
7. Иванова Г.Р. Функции сленга в речевой деятельности американских студентов // Когнитивные и коммуникативные аспекты английской лексики. М., 1990. 133 с.
8. Инжечик А.А. Аббревиация как продуктивный способ словообразования в немецкой политической терминологии // Филологические науки. Тамбов. 2017. №5 (71): в 3-х ч. Ч. 2. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/abbreviatsiya-kak-produktivnyy-sposob-slovoobrazovaniya-v-nemetskoj-politicheskoy-terminologii/> (дата обращения: 13.08.2023)
9. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов. М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. 672 с.
10. Матарыкина Н.Д. Неологизмы немецкого молодежного сленга на рубеже XX-XXI веков: дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2005. 214 с.
11. Менов М.А., Никулин Д.В. Молодежный сленг как один из видов современного жаргона // Юный ученый. 2022. № 3 (55). С. 3 – 15. URL: <https://moluch.ru/young/archive/55/2827/> (дата обращения: 13.08.2023)
12. Менон Р.Н. Сленговая фразеология и её функционирование в речи // Мир русского слова. 2013. № 4. С. 54 – 60. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/slengovaya-frazeologiya-i-eyo-funktsionirovanie-v-rechi/viewer> (дата обращения: 12.08.2023)
13. Михальченко В.Ю. Словарь социолингвистических терминов. М.: Российская академия наук. Институт языкознания. Российская академия лингвистических наук. 2006. URL: <https://sociolinguistics.academic.ru> (дата обращения: 12.08.2023)
14. Некипелова И.М. К вопросу о разграничении понятий семантическая деривация и семантическое словообразование в диахроническом аспекте // Вестник Томского государственного университета. Серия: Филология. 2011. № 2 (14). С. 33 – 46. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-razgranichenii-ponyatiy-semanticheskaya-derivatsiya-i-semanticheskoe-slovoobrazovanie-v-diahronicheskom-aspekte/viewer> (дата обращения: 11.08.2023)
15. Популярный толково-энциклопедический словарь терминов. URL: <https://popular.academic.ru/1432/> (дата обращения: 12.08.2023)
16. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособие. СПб: Михайлов, 2002. 460 с.
17. Androutsopoulos, Jannis, K. Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag, 1998. 684 p.
18. Jugendwort des Jahres. URL: <https://www.bedeutungonline.de/jugendworte-und-jugendsprache-des-jahres-2023-liste-uebersicht-worte-beispiele/> (дата обращения: 13.08.2023)
19. Schlobinski, Peter, Kohl, Gaby, Ludewigt, Irmgard. Jugendsprache. Fiktion und Wirklichkeit. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1993 241 p.
20. Sprachnudel: Wörterbuch der Jetztsprache. 2016. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sprachnudel.de/kategorie/jugendsprach> (дата обращения: 14.10.2022)
21. Wortbedeutung.info. URL: <https://www.wortbedeutung.info/Kanak-Sprak/> (дата обращения: 24.10.2022)

References

1. Axmerova G.F., Belaja A.G., Kuznecova T.A. *Izmenenie leksicheskogo znachenija slov: rasshirenie i suzhenie znachenij*. Nauka – obrazovaniju, proizvodstvu, jekonomike: materialy 16-j Mezhdunarodnoj nauchno-tehnicheskoy konferencii. Minsk: BHTU, 2018. T. 4. C. 260. URL: <https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/59301/260.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=> (data obrashhenija: 12.08.2023)
2. Bol'shoj jenciklopedicheskij slovar'. URL: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/enc3p/> (data obrashhenija: 13.08.2023)
3. Galichkina E.N. *Specifika komp'juternogo diskursa na anglijskom i russkom jazykah (na materiale zhanra komp'juternyh konferencij): avtopef. dic. ... kand. filol. nauk*. Volgograd, 2001. 42 c.
4. Grebnev A.H. *Metodologija kommunikacionnoj nauchno-obrazovatel'noj sredy*. Trudy XIII Vserossijskoj nauchno-metodicheskoy konferencii «Telematika 2006». Sankt-Peterburg, 2006. T. 1. C. 220 – 222.
5. Zhepebilo T.B. *Terminy i ponjatija: Morfemika. Slovoobrazovanie: Slovar'-spravochnik*. Nazran': OOO «Piligrim». 2011. URL: <https://morphemis.asademic.ru> (data obrashhenija: 13.08.2023)
6. Zaharchenko T.E. *Anglijskij i amerikanskij sleng*. M.: Izd-vo ACT, 2009. 133 c.
7. Ivanova G.P. *Funkcii slenga v rechevoj dejatel'nosti amerikanskih studentov. Kognitivnye i kommunikativnye aspekty anglijskoj leksiki*. M., 1990. 133 c.
8. Inzhechik A.A. *Abbreviatsiya kak produktivnyj sposob slovoobrazovaniya v nemeckoj politicheskoy terminologii*. Filologicheskie nauki. Tambov. 2017. №5 (71): v 3-x ch. Ch. 2. [Jelektronnyj re-surs]. URL: <https://suberleninka.ru/article/n/abbreviatsiya-kak-produktivnyy-sposob-slovoobrazovaniya-v-nemetskoj-politicheskoy-terminologii/> (data obrashhenija: 13.08.2023)
9. Komlev H.G. *Slovar' inostrannyh slov*. M.: JeKCMO-Press, 2000. 672 c.
10. Matarykina H.D. *Heologizmy nemeckogo molodezhnogo clenga na pybezhe XX-XXI vekov: dic. ... kand. filol. nauk*. Moskva, 2005. 214 c.
11. Menov M.A., Nikulin D.B. *Molodezhnyj sleng kak odin iz vidov sovremennogo zhargona*. Junyj uchenyj. 2022. № 3 (55). C. 3 – 15. URL: <https://molush.ru/young/arhive/55/2827/> (data obrashhenija: 13.08.2023)
12. Menon P.H. *Slengovaja frazeologija i ejo funkcionirovanie v rechi*. Mir russkogo slova. 2013. № 4. C. 54 – 60. URL: <https://suberleninka.ru/article/n/slengovaya-frazeologiya-i-eyo-funktsionirovanie-v-rechi/viewer> (data obrashhenija: 12.08.2023)
13. Mihal'chenko B.Ju. *Slovar' sociolingvisticheskikh terminov*. M.: Rossijskaja akademija nauk. Institut jazykoznanija. Rossijskaja akademija lingvisticheskikh nauk. 2006. URL: <https://sociolinguistics.asademic.ru> (data obrashhenija: 12.08.2023)
14. Nekipelova I.M. *K voprosu o razgranichenii ponjatij semanticheskaja derivatsija i semanticheskoe slovoobrazovanie v diahronicheskom aspekte*. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Filologija. 2011. № 2 (14). C. 33 – 46. URL: <https://suberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-razgranichenii-ponyatij-semanticheskaja-derivatsiya-i-semanticheskoe-slovoobrazovanie-v-diahronicheskom-aspekte/viewer> (data obrashhenija: 11.08.2023)
15. *Populjarnyj tolkovo-jenciklopedicheskij slovar' terminov*. URL: <https://popular.asademic.ru/1432/> (data obrashhenija: 12.08.2023)
16. Sokolov A.B. *Obshhaja teorija social'noj kommunikacii: ycheb. pocobie*. SPb: Mihajlov, 2002. 460 c.
17. Androutsopoulos, Jannis, K. *Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen*. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag, 1998. 684 p.
18. *Jugendwort des Jahres*. URL: <https://www.bedeutungonline.de/jugendworte-und-jugendsprache-des-jahres-2023-liste-uebersicht-worte-beispiele/> (data obrashhenija: 13.08.2023)
19. Schlobinski, Peter, Kohl, Gabu, Ludewigt, Irmgard. *Jugendsprache. Fiktion und Wirklichkeit*. Orladen: Westdeutscher Verlag, 1993 241 p.
20. *Sprashnudel: Wörterbuch der Jetztsprache*. 2016. [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.sprashnudel.de/kategorie/jugendsprache> (data obrashhenija: 14.10.2022)
21. *Wortbedeutung.info*. URL: <https://www.wortbedeutung.info/Kanak-Sprak/> (data obrashhenija: 24.10.2022)

*Kurochkina E.A., Senior Lecturer,
Sterlitamak branch of the Ufa University of Science and Technology*

Main trends in the replenishment of German youth slang in Internet communications

Abstract: this article discusses the features of replenishing the lexical composition of the German youth language in the context of Internet communication. The relevance of the topic of the work is determined by the fact that the active use of Internet communication by the younger generation had a significant impact on the ways and means of replenishing the vocabulary of German youth slang. The purpose of this article is to consider and identify the main trends in the replenishment of German youth slang on the Internet. The subject of the research is the language features of German youth slang in the context of Internet communication. In addition, the article aims to prove that Internet communication, being an electronic format of real communication, has an impact on the process of word formation and the specifics of replenishing the lexical composition of the German youth language. So according to the study, it was found that most often there are words formed with the help of semantic derivation, borrowing and abbreviation. This is explained by the technical features of Internet communication, the requirements of electronic etiquette and the rules of communication in chats, as well as the processes of globalization and interculturalization taking place in modern society.

Keywords: Internet communication, youth language, semantic derivation, borrowing, abbreviation, word play, conversion

For citation: Kurochkina E.A. Main trends in the replenishment of German youth slang in Internet communications. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 159 – 167.

Received: July 12, 2023; Revised: August 15, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Блохинская А.В., кандидат филологических наук,
Подпорошникова Е.В.,
Амурский государственный университет*

Языковые особенности социальной рекламы ГТО: семиотический аспект

Аннотация: современная реклама, в том числе и социальная, направлена на формирование разного рода ценностей. Для этого она использует различный арсенал средств, как на уровне иконической составляющей, так и языковой. Цель данной статьи – выявить семантические особенности вербальной составляющей социальной рекламы, пропагандирующей здоровый образ жизни. Предметом исследования выступает текстовая составляющая социальной рекламы, пропагандирующей активный образ жизни. Современная социальная реклама здорового образа жизни представлена собственно социальной рекламой, продвигающей спортивный образ жизни, и рекламой физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО). Реклама ГТО имеет четкую направленность. Она прямо пропагандирует здоровый образ жизни и физическую активность, мотивирует сдать нормы ГТО, оценить свои силы и возможности, получить знак отличия. Все языковые средства данной рекламы на синтаксическом, морфологическом и лексическом уровнях направлены на достижение данной цели. Изучение текстовой составляющей рекламы ГТО позволяет выявить не только общие тенденции, характерные для построения текста социальной рекламы, а также в последующем может быть использовано для создания более эффективной социальной рекламы, популяризирующей физическую культуру.

Ключевые слова: реклама, слоган, здоровый образ жизни, язык, семиотика, реклама ГТО

Для цитирования: Блохинская А.В., Подпорошникова Е.В. Языковые особенности социальной рекламы ГТО: семиотический аспект // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 168 – 172.

Поступила в редакцию: 18 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 10 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Введение

Современная реклама направлена на формирование разного рода ценностей, она формирует определённые стереотипы и нормы поведения, выполняет социализирующую функцию, отражает социокультурные изменения [6, с. 6]. Социальная реклама является фактором продвижения духовных и социальных ценностей, способствующих как развитию отдельной личности, так и совершенствованию всего общества в целом. Зачастую она даёт представление о том, какое поведение и какой образ жизни считаются нежелательными или желательными. При этом люди всегда обращают внимание не на то, к чему их подталкивают, а на то, в чём сами видят нечто важное. Поэтому социальная реклама, являясь одним из методов продвижения духовных ценностей в социальной среде, не даёт жесткое отрезвление, а работает в рамках собственной силы человека [11, с. 4].

Современная реклама выполняет функцию семиотизации пространства, придавая конкретное значение явлениям, предметам, отношениям, ценностям, создавая новую совокупность имен и названий [7, с. 76]. Корректное понимание семиотических кодов и эффективность рекламной коммуникации тесно связаны. Вербальные и невербальные знаки связаны в единое целое: визуальные средства создают запоминающийся образ, а вербальные его закрепляют [10, с. 219]. Каждый элемент визуальной рекламы вносит свой вклад в создание единого образа в восприятии потребителями [1].

Изучению рекламы, в том числе и социальной, с точки зрения семиотики, в настоящее время уделяется значительное внимание. Это, например, работы Ю.П. Великодной [3], О.В. Глуховой [4], О.А. Глущенко [5], Ю.А. Мкртычевой [8], К.В. Семеновой [12], Л.В. Федоровой [13].

Научная новизна исследования заключается в том, чтобы выявить особенности вербального наполнения социальной рекламы, популяризирующей активный образ жизни – рекламе физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне».

Предмет исследования

Каждый рекламный текст содержит информационное сообщение, выраженное в форме текста, имиджевого или графического изображения [8, с. 135].

Предметом исследования в данной работе выступает текстовая составляющая социальной рекламы, пропагандирующей активный образ жизни.

Цель данной статьи – выявить семантические особенности вербальной составляющей социальной рекламы, пропагандирующей здоровый образ жизни.

В соответствии с ФЗ «О рекламе» под социальной рекламой понимают «информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства» [9]. Основная сущность социальной рекламы – это решение и профилактика социальных проблем в обществе [6, с. 12].

Социальная реклама может воздействовать рационально, через разум целевой аудитории, используя убеждения и доводы, или эмоционально, через эмоции и чувства [6, с. 16]. Одним из способов воздействия в социальной рекламе, как и в рекламе в целом, выступает ее язык. Он способствует ее запоминаемости и эффективности.

Материал и методика исследования

Материал для исследования собран в сети Интернет и в социальных сетях. Общий объем анализируемого материала составил 40 рекламных плакатов, посвященных рекламе ГТО за период с 2015 г. по 2023 г. Основным методом исследования семиотический анализ.

Результаты исследования

Тема активного образа жизни фигурирует преимущественно в двух направлениях социальной рекламы: «Готов к труду и обороне» (ГТО) и здоровый образ жизни (ЗОЖ).

Социальная реклама ГТО в большинстве своем представляет собой короткие по объему тексты, направленные на призыв общественности к ведению здорового образа жизни и участию в фестивалях ГТО. Почти во всех текстах представлена аббревиатура «ГТО». Обычно слоганы с ее наличием прямо пропагандируют ЗОЖ и физическую активность, мотивируют сдать нормы ГТО, оценить свои силы и получить знак отличия: «Проверь себя – сдай нормы ГТО!», «Выполни нормы ГТО – получи знак!», «Сдай нормативы ГТО – получи знак отличия!», «ГТО – ставь цель и добивайся!», «Займись спортом! Участвуй в ГТО», «Норматив ГТО – норма жизни!», «ГТО – путь к здоровому образу жизни», «ГТО – это нам легко!», «Будь ГТОв!» и др. Слоган «Подтянись к движению!» наиболее распространен среди остальных. В нем обыгрывается многозначность значения глагола «подтянись»: с одной стороны, оно напрямую отсылает к подтягиванию, как базовому физическому упражнению, входящему в состав нормативов ГТО, а с другой – призывает присоединиться к движению ГТО и заполнить знак отличия (<http://gramota.ru/slovari/dic/?word=подтянуться&all=x>).

Отдельно стоит выделить ряд весьма редких текстовых составляющих, ориентированных исключительно на учащихся старших классов. При поступлении во многие учебные заведения наличие одного или нескольких знаков отличия ГТО дает дополнительные баллы к сумме ЕГЭ: «Получи знак ГТО и дополнительные баллы к ЕГЭ», «Сдай ГТО – получи дополнительные баллы к ЕГЭ», «Готов к труду и к обороне – готов и к поступлению!».

Слоганы ГТО могут представлять собой как простые предложения, построенные в основном по модели «подлежащее – сказуемое»: («Здоровая нация – достояние России!», «Норматив ГТО – норма жизни!», «ГТО – путь к успеху!», «ГТО – путь к здоровью!» и др.), так и ритмизованные конструкции («Готовься с детства ты к труду и охраняй свою страну!», «ГТО – это нам легко!», «Папа, мама, я – ГТО сдает семью!»). Такие девизы не только легко запоминаются, но и, играя роль мотиватора, побуждают показать себя настоящими борцами, стремящимися достичь больших результатов.

По эмоциональной окраске большинство предложений – восклицательные: «Молодежь – на стадион!», «Добьешься новых спортивных успехов!». Встречаются и вопросительные конструкции: «Я готов! А ты?», «А ты готов?». Их основная цель – привлечь внимание, призвать к активным действиям.

В две трети проанализированной нами социальной рекламы используются глаголы в форме повелительного наклонения, побуждающие к решительным действиям (*испытай, проверь, добивайся, сдай, займись, тренируйся, выполни, подтянись, изучи, получи, занимайтесь* и пр.), были также отмечены конструкции с инфинитивом и личными формами глагола (*не бояться, сделать, не казаться, добьемся, готовим*), основная цель которых показать сплоченность и общность, единство в плане достижения спортивных успехов.

Ключевыми существительными в текстах рекламы ГТО являются слова, отражающие основную цель движения (*спорт, жизнь, здоровье*); слова, которые обозначают полученные результаты после выполнения испытаний ГТО (*молодость, бодрость, гордость, сила, слава, уважение, успех, выносливость, скорость, гибкость* и др.); слова, связанные собственно с самим движением ГТО (*нормы, нормативы, движение, сдача, секция, фестиваль, знак, значок, старт, стадион* и др.).

Кроме того, в анализируемых текстах могут встречаться такие понятия как: *Россия, Родина, страна, поколение, нация, победа, семья и традиции, мама, папа*. Их основная задача подчеркнуть общность людей,

занимающихся спортом, традиционность самого движения и приверженности спортивному образу жизни как национальную особенность.

В рекламе ГТО встретилось и слово «перезагрузка», что отразило изменения самого комплекса в 2014 году.

Использование имен прилагательных в рекламных текстах позволяет отразить качества людей, занимающихся спортом, применимые не только в спортивной деятельности, но и в реальных условиях: *здоровый, ловкий, отличный, смелый, сильный, успешным, лучшая и пр.*

Ключевыми идентификаторами бренда ВФСК ГТО выступают хэштеги (метки), представленные в виде одного слова или целой фразы без пробелов, которым предшествует символ «#». Они отражают то, что представлено в иконических или в лингвистических сообщениях рекламы, способствуя продвижению всего комплекса ГТО, увеличивают вовлечение и охват аудитории: #ГТО, #такдержать, #комплексГТО, #одна-странаоднакоманда, #фестивальГТО, #талисманыГТО, #ГТОНавсе100, #ГТОтебеСЛАБО??? и пр.

Оформление текстов, шрифты имеют строгую регламентацию в соответствии с брендбуком. В качестве фирменного шрифта рекомендованы шрифты семейства PTSans [2]. Однако отмечается игра с размером шрифта. Первые слова слоганов, пишутся преимущественно прописными буквами: «ПОДТЯНИСЬ к движению!», «БЫТЬ, а не казаться!», «Я ГОТОВ! А ты?», «ОДНА СТРАНА, одна команда!», «НОРМАТИВ ГТО – норма жизни!». Прописные буквы можно встретить и внутри слов: «А ты ГоТОВ?», «Будь ГоТОВ!».

Выводы

Таким образом, социальная реклама ЗОЖ, нацеленная на популяризацию спортивной деятельности, имеет множество текстовых составляющих, главными из которых являются побудительные слоганы. Основными частями речи выступают глаголы, часто употребляемые в форме повелительного наклонения и описывающие активные действия, имена существительные и имена прилагательные. Тексты рекламы ГТО соответствуют требованиям к текстам социальной рекламы. Они отличаются краткостью, конкретностью, простотой и точностью. Основная идея, которая отражена во всех вербальных текстах рекламы, – приобщение молодежи к ЗОЖ как к современной тенденции. Ключевые задачи рекламы ГТО: популяризация систематических спортивных занятий и распространение знаний об активном образе жизни.

Литература

1. Башилова Е.И. Рекламный текст: фразеологизм как средство создания образа // Современный ученый. 2022. № 5. С. 105 – 108. URL: <https://su-journal.ru/archives/10632> (дата обращения: 10.08.2023)
2. Брендбук Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) // ГТО. Ру. URL: <https://www.gto.ru/files/uploads/media/5d1b4800af4b8.pdf> (дата обращения: 21.04.2023)
3. Великодная Ю.П. Специфика вербального и визуального компонентов креолизованного (поликодового) текста социальной рекламы о донорстве крови // Административный консалтинг. 2020. Т. 6. № 1. С. 13 – 18.
4. Глухова О.В. Семиотический подход к адаптации международной рекламы // Russian Linguistic Bulletin. 2022. № 4 (32). URL: <https://rulb.org/archive/4-32-2022-august> (дата обращения: 08.08.2023)
5. Глущенко О.А. Семиотический анализ поликодовых текстов социальной рекламы донорства крови // Казанская наука. 2020. № 2. С. 24 – 27.
6. Голуб О.Ю. Социальная реклама: учебное пособие. Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. 178 с. URL: <https://www.iprbookshop.ru/57123.html> (дата обращения: 29.07.2023)
7. Елина Е.А. Семиотика рекламы (2-е издание): учебное пособие. Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. 137 с. URL: <https://www.iprbookshop.ru/57150.html> (дата обращения: 29.07.2023)
8. Мкртычева Ю.А. Семиотика рекламы глянцевых изданий // Приоритетные направления развития науки и образования: сборник статей XII международной научно-практической конференции / отв. ред.: Г.Ю. Гуляев. Пенза: Издательство: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.). 2020. Том 1. С. 134 – 136.
9. О рекламе: Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 05.12.2022) // Правовая навигационная система «Кодексы и законы». URL: <https://www.zakonrf.info/zoreklame/> (дата обращения: 14.02.2023)
10. Прокудина О.О. Семиотический анализ рекламного ролика (на примере рекламы LANCOME – LA VIE EST BELLE) // Форум молодых ученых. 2017. № 2 (6). С. 218 – 221. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semioteskiy-analiz-reklamnogo-rolika-na-primere-reklamy-lancome-la-vie-est-belle> (дата обращения: 14.08.2023)
11. Селиверстов С.Э. Социальная реклама. Искусство воздействия словом. Самара: Издательский Дом «Бахрах-М», 2006. 288 с.

12. Семенова К.В. Семиотика социальной рекламы, направленной на защиту окружающей среды // Молодежь XXI века: шаг в будущее: материалы XX региональной научно-практической конференции. Издательство: Амурский государственный университет. 2019. Т. 1. С. 362 – 363.

13. Федорова Л.Л. Семиотика рекламы: функционально-коммуникативный анализ // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2019. № 6. С. 199 – 211. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semiotika-reklamy-funktsionalno-kommunikativnyu-analiz> (дата обращения: 08.08.2023)

References

1. Bashilova E.I. Reklamnyj tekst: frazeologizm kak sredstvo sozdaniya obraza. *Sovremennyy uchenyj*. 2022. № 5. S. 105 – 108. URL: <https://su-journal.ru/archives/10632> (дата обращения: 10.08.2023)

2. Brendbuk Vserossijskogo fizkul'turno-sportivnogo kompleksa «Gotov k trudu i oborone» (GTO). GTO. Ru. URL: <https://www.gto.ru/files/uploads/media/5d1b4800af4b8.pdf> (дата обращения: 21.04.2023)

3. Velikodnaja Ju.P. Specifika verbal'nogo i vizual'nogo komponentov kreolizovannogo (polikodovogo) teksta social'noj reklamy o donorstve krovi. *Administrativnyj konsalting*. 2020. Т. 6. № 1. S. 13 – 18.

4. Gluhova O.V. Semioticheskij podhod k adaptacii mezhdunarodnoj reklamy. *Russian Linguistic Bulletin*. 2022. № 4 (32). URL: <https://rulb.org/archive/4-32-2022-august> (дата обращения: 08.08.2023)

5. Glushhenko O.A. Semioticheskij analiz polikodovyh tekstov social'noj reklamy donorstva krovi. *Kazanskaja nauka*. 2020. № 2. S. 24 – 27.

6. Golub O.Ju. Social'naja reklama: uchebnoe posobie. Moskva: Dashkov i K, Aj Pi Jer Media, 2017. 178 с. URL: <https://www.iprbookshop.ru/57123.html> (дата обращения: 29.07.2023)

7. Elina E.A. Semiotika reklamy (2-e izdanie): uchebnoe posobie. Moskva: Dashkov i K, Aj Pi Jer Media, 2016. 137 с. URL: <https://www.iprbookshop.ru/57150.html> (дата обращения: 29.07.2023)

8. Mkrtycheva Ju.A. Semiotika reklamy gljancevyh izdaniy. *Prioritetnye napravlenija razvitija nauki i obrazovanija: sbornik statej XII mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii*. otv. red.: G.Ju. Guljaev. Penza: Izdatel'stvo: Nauka i Prosveshhenie (IP Guljaev G.Ju.). 2020. Tom 1. S. 134 – 136.

9. O reklame: Federal'nyj zakon ot 13.03.2006 N 38-FZ (red. ot 05.12.2022). *Pravovaja navigacionnaja sistema «Kodeksy i zakony»*. URL: <https://www.zakonrf.info/zoreklame/> (дата обращения: 14.02.2023)

10. Prokudina O.O. Semioticheskij analiz reklamnogo rolika (na primere reklamy LANCOME – LA VIE EST BELLE). *Forum molodyh uchenyh*. 2017. № 2 (6). S. 218 – 221. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semioticheskij-analiz-reklamnogo-rolika-na-primere-reklamy-lancome-la-vie-est-belle> (дата обращения: 14.08.2023)

11. Seliverstov S.Je. Social'naja reklama. *Iskusstvo vozdejstvija slovom*. Samara: Izdatel'skij Dom «Bahrah-M», 2006. 288 с.

12. Semenova K.V. Semiotika social'noj reklamy, napravlennoj na zashhitu okruzhajushhej sredy. *Molodezh' XXI veka: shag v budushhee: materialy XX regional'noj nauchno-prakticheskoj konferencii*. Izdatel'stvo: Amurskij gosudarstvennyj universitet. 2019. Т. 1. С. 362 – 363.

13. Fedorova L.L. Semiotika reklamy: funkcional'no-kommunikativnyj analiz. *Vestnik NGU. Serija: Istorija, filologija*. 2019. № 6. S. 199 – 211. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semiotika-reklamy-funktsionalno-kommunikativnyu-analiz> (дата обращения: 08.08.2023)

*Blokhinskaya A.V., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.),
Podporinova E.V.,
Amur State University*

Linguistic features of RLD social advertising: semiotic aspect

Abstract: modern advertising, including social advertising, is aimed at the formation of various kinds of values. To do this, it uses a different arsenal of means, both at the level of the iconic component and the linguistic one. The purpose of this article is to identify the semantic features of the verbal component of social advertising that promotes a healthy lifestyle. The subject of the study is the textual component of social advertising promoting an active lifestyle. Modern social advertising of a healthy lifestyle is represented by social advertising itself, promoting a sports lifestyle, and advertising of the sports complex «Ready for Labor and Defense» (RLD). RLD advertising has a clear focus. It directly promotes a healthy lifestyle and physical activity, motivates people to pass the RLD standards, evaluate their strengths and capabilities, and receive a badge of distinction. All linguistic means of this advertisement at the syntactic, morphological and lexical levels are aimed at achieving this goal. The study of the text component of RLD advertising allows us to identify general trends that are typical for the construction of the text of social advertising, in the future it can be used to create more effective social advertising that popularizes physical culture.

Keywords: advertising, slogan, healthy lifestyle, language, semiotics, RLD advertising

For citation: Blokhinskaya A.V., Podporinova E.V. Linguistic features of RLD social advertising: semiotic aspect. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 168 – 172.

Received: July 18, 2023; Revised: August 10, 2023; Accepted: September 5, 2023.

Бобырева Е.В.,
Волгоградский государственный социально-педагогический университет

Функциональное назначение интеррогативных структур в жанре молитвы

Аннотация: в статье рассматривается специфика функционально-семантической категории интеррогативности, особенности вербализации и функциональное назначение интеррогативных структур в жанре религиозной молитвы. Показано, что молитве, как призывно-нарративному жанру по ее природе не свойственна интеррогативность, однако, вопросительные высказывания, включаемые в разные типы молитв, выполняют ряд специфических функций, в частности, передачу просьбы, признания, размышления о вопросах бытия и жизни человека. Выделены такие типы интеррогативных структур как: вопрос-рефлексия, вопрос-уничтожение, вопрос-восхваление, вопрос-просьба, вопрос-признание, показана их функциональная специфика, приведены статистические данные относительно частотности их использования в процессе автокоммуникации (в жанре молитвы) в религиозной сфере.

Ключевые слова: вопрос, интенция, интеррогативность, жанр молитвы, дискурс, дискурсивная специфика, косвенный речевой акт, вопрос-рефлексия, вопрос-уничтожение, вопрос-восхваление, вопрос-просьба, вопрос-признание, функциональная специфика

Для цитирования: Бобырева Е.В. Функциональное назначение интеррогативных структур в жанре молитвы // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 173 – 180.

Поступила в редакцию: 18 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 8 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Введение

Актуальность проведенного исследования обусловлена рядом факторов, в частности, продолжающимся оставаться высоким интересом к вопросам религии и веры, что является особо значимым в сложившихся условиях противостояния мировых систем, поиском человеком ответов на извечные вопросы о добре и зле и связанной с этим необходимостью сохранения традиционных религиозных ценностей и значимостью веры в жизни человека; важностью изучения и верной интерпретации отдельных жанров религиозного дискурса (в частности, жанра молитвы) и их компонентов для адекватного понимания и порождения интенционно корректных высказываний в различных ситуациях общения, в том числе, в религиозной сфере; пониманием разноплановости и функционального разнообразия интеррогативных структур, их значения и функциональной специфики в различных сферах общения, включая религиозную, выступающую наиболее закрытой и потому порождающую некоторые трудности в процессе коммуникации для человека не воцерковленного.

Цель: Целью настоящей статьи выступает рассмотрение специфики категории интеррогативности, реализуемой в рамках молитвы, как одного из жанров религиозного дискурса. Показано, что исследование категории интеррогативности имеет длительную историю, однако, многие вопросы особенностей ее дискурсивной реализации еще не становились результатом отдельного исследования. Установлено, что вопросительные структуры не характерны для жанра молитвы в силу его смысловой, тематической и интенционной направленности. Вместе с тем, интеррогативные структуры имеют место в жанре молитвы, принимая особые формы вербализации (как правило, реализуясь в форме косвенных речевых актов) и имея особую функциональную направленность. Проводимое исследование направлено на установление формы, места и функций интеррогативных структур в жанре религиозной молитвы.

Обзор литературы

Исследование различных аспектов вопросительных высказываний осуществлялось учеными на протяжении многих десятилетий, в частности, рассматривалась семантика вопросов (И.Н. Горелов [1], О.Г. Почепцов [2], А.Н. Баранов [3], Е.Н. Линдстрем [4] и др.); исследовались разные аспекты их структуры (Н.Я. Лойфман [5], И.П. Распопов [6], Г.В. Валимова [7], О.А. Крылова [8], И.П. Святогор [9], Е.Е. Карпушина [10] и др.); стилистические особенности (И.Б. Британ [11], И.А. Попова [12] и др.); функции и роль в акте коммуникации (Л.В. Балашова [13], С.С. Гусев [14], Н.А. Печникова [15] и др.).

Материал исследования

Материалом исследования послужили тексты православных христианских молитв. Проанализированы различные типы молитв, адресованные Всевышнему, Пресвятой Богородице, Ангелу Хранителю; а также молитвы различной интенционной направленности: хвалебные, просительные, покаянные; кроме того, для

анализа привлекались тексты молитв, «произносимых по особым случаям»: праздничные, поминальные и т.п. Всего проанализировано 348 молитв, количество отобранных примеров интеррогативных структур, встречающихся в тексте молитвы составило 135 примеров.

Методы исследования

Для достижения поставленной цели и решения указанных задач в статье применялись следующие методы исследования: семантический (для рассмотрения специфики значений отдельных лексических единиц), компонентный (для анализа смыслового потенциала лексических единиц и интерпретации заложенного в них смысла, расчленение языкового значения на минимальные единицы для выявления интенции автора), контекстуальный анализ (для анализа текстовых фрагментов, в которых используются исследуемые структурные образования). Кроме того, при проведении настоящего исследования использовался прием количественных подсчетов (для сравнения и наглядного представления полученных в ходе исследования данных).

Результаты и дискуссия

Осознание человеком окружающего мира через постановку вопроса и поиск ответа, а также получение в процессе этого требуемой информации имеет давнюю историю. В философской традиции данный феномен (который первоначально назывался «вопрошанием») берет начало в античной философии - известен метод Сократа, подразумевающий способ познания и самопознания путем постановки вопроса и поиска ответа в процессе диалога. В концепции Сократа вопрос направлен, с одной стороны, «на испытание собеседника, на доказательство факта ограниченного знания (отсутствия знания), с другой стороны, вопрос может выступать средством самопознания, «рождения» истины в голове собеседника; вслед за Сократом Платон использует «вопрошание» как метод получения знания, называемого им «эленхосом», или «опровержением» [16, с. 150].

Аристотель рассматривал вопрос как средство развития мысли, по его мнению «вопрошание способствует аналитическому рассуждению и последовательному изложению умозаключений» [17]. Цель «вопрошания», таким образом, заключается в постижении сущности вещей и явлений, и поиске доказательства. Интересно отметить, что Аристотель первым указал на наличие такого типа, как «риторическое вопрошание», считая, что цель такого акта – словесное обезоруживание противника на суде.

Проблема поиска истины и получения ответа на искомые вопросы поднималась и позже. Так, Декарт анализирует феномен вопроса с позиций логики и понимает под ним «всё то, в чем отыскивается истинное и ложное» [18].

Несмотря на столь длительную историю, феномен вопроса, который с течением веков неоднократно переосмысливался и изменял названия (вопрошание, вопрос, вопросительные предложения, интеррогативные структуры и т.п.) в силу своей многоплановости и в настоящее время привлекает представителей самых разных областей научного знания.

Проблеме вопросительных предложений в письменной речи и вопросительных высказываний в речи устной посвящено большое количество работ, в частности, исследователями описана структура вопросительного высказывания, исследована его семантика, установлен целый ряд функций, выполняемых вопросительными конструкциям, а также место и роль интеррогативных структур в разных типах текста и дискурса.

Из курса общей грамматики и синтаксиса известно, что целью вопросительных предложений является «побуждение адресата сообщить адресанту неизвестную или интересующую последнего информацию или ответить на вопрос» [19, с. 392].

Интересной для нашего исследования представляется точка зрения Ф.Х. Кессиди, который рассматривает вопрос не только как запрос информации, но и как «средство самопознания, своеобразного «рождения» истины в голове собеседника» [20]. Именно с целью познания высшей истины и реальной сущности вещей (равно как и самого себя) вербализуется (как мы увидим далее) вопрос в жанре молитвы.

Учеными различных направлений лингвистики вопросительные высказывания и их разные аспекты изучались на протяжении многих десятилетий, в частности, рассматривалась их структура и семантика, функциональная специфика, стилистические характеристики, прагматическая направленность и т.п.

Расширить рамки восприятия вопроса лишь как запроса требуемой информации позволяет осмысление категории интеррогативности. Данная категория позволяет соединить данные психологии, логики, лингвистики и рассмотреть феномен вопроса с разных сторон, проникнув в его глубинную сущность.

По мнению К.Ю. Gladkoy, которая делает акцент на философскую сторону проблемы, понятие «интеррогативности» непосредственно связано с «процессом познания сущностных сторон объектов и явлений окружающей действительности» [21, с. 8].

А.В. Логинов рассматривает категорию интеррогативности с позиции лингвистики, трактуя ее как «функционально-семантическую категорию, единство семантики запроса о неизвестном и системы ее выражений в языке» [22, с. 82]. По мнению исследователя, в качестве языковых и речевых проявлений интеррога-тивности выступают вопросительные и невопро-сительные предложения и высказывания, в структуре плана содержания которых актуализи-рованы семы неизвестности и запроса информации.

«Интеррогативность как коммуникативное намерение может быть реализована в речи прямо, для снятия неопределенности в коммуникативной ситуации или для расширения говорящим знания относительно объектов или явлений действительности, и косвенно, формально, т.е. для достижения определенного прагматического эффекта» [23, с. 11]. При косвенной реализации категории интеррогативности речь идет не о собственно получении ответа на конкретный вопрос, а о своего рода прагматическом воздействии на партнера по коммуникации, осуществляемом с определенной целью.

Ряд исследователей, проводя классификацию вопросительных предложений выделяют «чистый вопрос», который с функциональной точки зрения выступает собственно-вопросом, или вопросом в первичной функции, и «переходные вопросы», занимающие промежуточное положение между вопросом и сообщением, или «вопросы, реализующие вторичные функции... <.....> Иллокутивная функция вопроса данного типа заключается в передаче сообщения, а не в собственно запрашивании информации [24, с. 393-394]. Л.А. Мостовая разграничивает риторический вопрос и речевые акты вербализуемые в вопросительной форме, но выполняющие функцию сообщения и выделяет упрек, рефлексивный вопрос и монологический вопрос. При этом, она трактует рефлексивный вопрос, как проявление акта автокоммуникации, поскольку он чаще всего обращен адресантом к себе самому. Целью такого вопроса является констатация факта в ситуации неопределенности, недоразумения, именно поэтому такой вопрос часто имеет эмоционально-оценочную коннотацию.

В рамках проводимого нами исследования представляется интересным и необходимым рассмотреть дискурсивную специфику вопроса, в частности, проблему функциональной специфики интеррогативных высказываний в таком жанре религиозного дискурса, как молитва.

Молитва, как жанровая разновидность религиозного дискурса, представляется его наиболее рельефным и характерным образцом. В словаре С.И. Ожегова молитва определяется как «установленный текст (у верующих), читаемый при обращении к Богу, к святым» [25, с. 325]. У В.И. Даля дается более широкое толкование слов «молитва» и «молить» (отметим, что они приведены именно таким образом, в одной словарной статье, как структурно-семантическое единство «молитва» – «молить»): «смиряться, просить, благодарить; сознавая свое ничтожество перед Богом, Творцом; приносить Ему покаяние свое, любовь, благодарность и просьбы за будущее. Уважать Бога, ставить выше себя» [26, с. 341]. На наш взгляд, такая широкая трактовка понятия «молитва» дает объяснение сути этого социального и лингвистического явления, раскрывая особенности ситуации, условий общения, взаимоотношений между коммуникан-тами.

По своей форме молитва представляет собой монолог, но вместе с тем она обладает признаками диалогичности, поскольку верующий находится в постоянном внутреннем диалоге с Богом, прося у него прощения, благословения, выражая благодарность и т.п. Как известно, ни один речевой акт не может произноситься, порождаться без определенной цели – бесцельное, не рассчитанное на результат порождение речевого акта нецелесообразно – в языке действует принцип языковой экономии, не допускающий порождение речевого акта с нулевой интенцией и, соответственно, с нулевой обратной связью.

Хотя вербально выраженного ответа на молитву, совершаемую человеком, нет, человек одновременно с совершением молитвы (вербализованной или внутренней «молчаливой») «прокручивает» в сознании возможные, с его точки зрения, ответы высших сил, к которым он обращается, на его просьбы и мольбы. Можно предположить, что молитва, в сущности, имеет два плана – эксплицитный (непосредственное содержательное ядро молитвы) и имплицитный (несколько отличающийся от традиционно понимаемого эксплицитного значения). Имплицит-ный план представляет собой конструируемый в сознании самого адресанта ответ на его же молитву, некий «прогноз», который не выражен вербально, но может быть выведен логически из семантического плана молитвы. Причем, ответ на просьбы, заключенные в молитве, формируется в сознании одновременно с молитвой. Произнося текст молитвы, человек «прогнозирует» ответ, который он надеется получить от Бога. Таким образом, молитва представляет собой некий айсберг, верхняя часть которого (вербальная) лежит на поверхности, нижняя же, хотя и скрыта от непосредственного восприятия, но в семантическом плане не менее, а может быть, и более содержательна.

Жанр молитвы неоднороден как по структуре, так и по интенционной и содержательной направленности. Различными исследователями выделяются разные классы молитв, исходя из разных критериев. Так, О.А. Прохвятилова разграничивает такие типы молитв, как: «хвалебные, благодарственные, просительные,

призывательные, нарративные» [27, с. 112]. И.В. Бугаева выделяет «просительные, покаянные, хвалебные, благодарственные и ходатайственные молитвы» [28, с. 158]. Е.В. Плисов, типологизируя молитвы, выделяет «хвалебные, благодарственные, просительные, благославляющие, исповедные молитвы» [29, с. 90]. В.И. Карасик проводит классификацию молитв на основе критерия иллокуции, выделяя «прошение, покаяние, восхваление, благодарение» [30, с. 156].

Мы считаем возможным классифицировать молитвы исходя из критерия содержательно-интенционной направленности на: призывно-просительные: *«Воспевай благодать Твою, Владычице, молю Тя. Ум мой облагодати. Ступати право мя настави, путем Христовых заповедей. Бдети к песни укрепи, уныния сон отгоняющи. В нощи мя и во дни сохраняй, борющихся враг избавляющи мя. Жизнодателя Бога родшая, умерщвлена мя страстьми оживи. Яже Свет не вечерний родшая, душу мою ослепшую просвети»;* нарративно-благодарственные: *«От сна восстав, благодарю Тя, Святая Троице, яко многия ради Твоея благости и долготерпения не прогневался еси на мя, лениваго и грешнаго, ниже погубил мя еси со беззаконьми моими; но человеколюбствовал еси обычно и в нечаянии лежащего воздвигл мя еси, во еже утревати и славословити державу Твою»;* хвалебно-благодарственные: *«Тя благословим, вышний Боже и Господи милости, творящего ...Благодарим Тя, яко не погубил еси нас со беззаконьми нашими, но человеколюбствовал еси обычно, ... Твоего хваления, яко да возможем непоколеблемо пети же и исповедатися Тебе, во всех, и от всех славимому Богу, Безначальному Отцу, со Единородным Твоим Сыном, и Всесвятым и Благим и Животворящим Твоим Духом, ныне и присно и во веки веков. Аминь».*

Однако, интенция мольбы, прошения выступает только одним из планов развития молитвы. Как правило, молитва развивается по определенному сценарию: клятва верности Богу, прошение, просьба, мольба человека, выражение благодарности Всевышнему [31, 32]. Как можно заметить, ни один из планов молитвы не предполагает вербализацию вопроса, адресованного высшей силе. Однако, результаты исследования показали, что интеррогативность не отвергается полностью жанром молитвы.

Вопросительные высказывания, включаемые в молитву, как правило, являются косвенными речевыми актами. По мнению С.Д. Шираповой и Н.П. Луновой «Высказывания, в которых преобладает вторичное значение, вступающее в противоречие с прямым языковым значением составляющих его языковых единиц, называются косвенными речевыми актами, которые проявляются как рассогласование между значением и смыслом высказывания, между выраженным и подразумеваемым содержанием, между собственным и контекстуально обусловленным значением» [33, с. 130]. Мы не можем говорить о том, что вторичное (косвенное) значение вопроса, включаемого в текст молитвы вступает в противоречие с прямым значением составляющих его единиц, в ситуации молитвы, скорее можно говорить о том, что интеррогативная структура не типична для рассматриваемого жанрового образца. Семантика молитвы предполагает обращение мольбы, просьбы к собеседнику, но не запрос информации.

Принимая во внимание подразделение косвенных высказываний на конвенциональные (утратившие способность выражать первичный смысл и употребляемые только в косвенной вторичной функции) неконвенциональные (сохранившие способность употребляться как в прямом, так и в переносном смысле), отметим, что интеррогативные высказывания, используемые в религиозном жанре молитвы, могут быть отнесены, скорее, к числу неконвенциональных. Вместе с тем, не утратив способности употребляться как в прямом, так и в косвенном значении, они представляются косвенными в том смысле, что будучи направлены на запрос информации, не предполагают получение реального ответа.

Принимая во внимания цель и преследуемые адресантом молитвы и его интенции, нами выделен ряд типов интеррогативных структур, выявленных в жанре канонической православной молитвы:

а). вопрос-рефлексия с – интеррогативная структура, порождая которую адресант размышляет о своей жизни и пытается сам для себя найти ответы на мучающие его вопросы (в данном случае, косвенный вопрос действительно адресуется человеком самому себе): *«Что тебе принесу или что тебе воздам, великодаровитый Бессмертный царю, щедре человеколюбче Господи, яко лентяся мене на твое угождение, и ничтоже благо сотворишиа, привел еси на конец мимошедшаго дне сего, обращение и спасение души моей строя?»;*

б). вопрос-уничужение (обличение) – интеррогативная структура, целью которой выступает обличение человеком самого себя, признание своих слабостей и недостатков. В определенном смысле данная структура может быть названа исповедальным вопросом, адресат открывается адресанту, в вопросительной форме констатируя свои пороки и недостатки: *«Помышляю день страшный и плачуся деяний моих лукавых: како отвецаюю Бездмертному Царю, или коим дерзновением воззрю на Судию, блудный аз?»;*

в) вопрос-восхваление – интеррогативная структура, обличенная в форму вопроса, но интенционно направленная на восхваление высшей силы, признание ее значимости в жизни человека: *«К кому бо*

прибегну повинный аз, аще не к Тебе, упованию и прибежищу грешных, надеждою на неизреченную милость Твою и щедроты Твоя окривляем?»;

г) вопрос-просьба – интеррогативная структура содержащая косвенно вербализованную просьбу высшей силе: *«Владыко Человеколюбче, неужели мне одр сей гроб будет, или еще окаянную мою душу просветиши днем?»* (Православный молитвослов, Молитва святого Иоанна Домаскина) – имея форму вопроса, речевой акт, вышеуказанного типа, явно направлен адресату (Богу) с просьбой и надеждой продлить жизнь кающегося хотя бы еще на один день;

д) вопрос-признание – интеррогативная структура, направленная на признание силы Бога: *«К кому бо прибегну повинный аз, аще не к Тебе, упованию и прибежищу грешных, надеждою на неизреченную милость Твою и щедроты Твоя окривляем?»* или слабости человека *«Како узрю Невидимаго? Како дерзну отверсти очи? Како моего Владыку смею видети?»*.

Говоря о наличии интеррогативных структур в жанре православной молитвы, укажем, что, с одной стороны, использование вопросов представляется не вполне уместным, поскольку, как было указано выше, центральная интенция и цель молитвы (заключенная в самой семантике лексической единицы – «мольба», «просьба») не предполагает постановку вопроса. Однако, с другой стороны, нельзя забывать о том, что молитва выступает в качестве и выстраивается как диалог между представителями сакрального и профанного миров, однако, до определенной степени «открыта» только одна сторона такого диалога; вторая (ответ Всевышнего) оказывается скрыта от восприятия, но потенциально присутствует в сознании возносящего молитву. Поскольку мольбы человека всегда порождаются, будучи адресованы кому-то, не удивительно, что в своем сознании человек обращается и мысленно беседует в Богом, а поскольку это двусторонняя интеракция (пусть и со скрытой второй частью), вопросительные структуры представляются вполне уместными и возможными. Позволим себе утверждать, что наличие в вербальном плане молитвы несвойственных данному жанру вопросительных структур зависит от веры молящегося. Чем сильнее вера человека, тем больше он рассчитывает получить ответ Всевышнего на свои мольбы и, следовательно, включает в свои молитвы интеррогативные структуры, вполне естественные в обычном диалоге, как акте двусторонней коммуникации.

Мы сочли необходимым провести статистический анализ используемых в жанре молитвы вопросительных высказываний с целью установить как частотность использования вопроса вообще, так и частотность использования определенного типа рассмотренных выше интеррогативных структур. Закономерно, результаты анализа показали низкую частотность использования вопроса, однако, интеррогативные структуры все же присутствуют в жанре молитвы, еще раз подчеркивая «двустороннюю направленность» мольбы. Что касается частотности использования выделенных выше типов, процентное распределение оказалось следующим: вопрос-рефлексия – 19%, вопрос-уничтожение – 23%, вопрос-восхваление – 35%, вопрос-просьба – 12%, вопрос-признание – 11%.

Заключение

Проведенный анализ позволил выявить место интеррогативных структур и их функциональное назначение в жанре православной молитвы. Результаты анализа показали, что несмотря на кажущуюся на первый взгляд неуместность и неестественность вопроса в религиозном жанре молитвы, интеррогативные структуры все же не являются исключением и часто используются адресантом молитвы, поскольку, порождая молитву, человек обращается не «в никуда», а адресует свое сообщение вполне конкретному (в его сознании) адресату – высшей силе, которая рассматривается человеком, как единственно возможная опора и поддержка в некоторых жизненных обстоятельствах.

Интеррогативные структуры в жанре молитвы выступают, до определенной степени, косвенными речевыми актами, не всегда (а вернее, довольно редко) рассчитанными на получение ответа на мучающий человека вопрос. Вопрос, задаваемый в жанре молитвы реализует, в терминах Л.А. Мостовой, вторичные функции и выступает способом рефлексии адресанта. С другой стороны, утверждать, что интеррогативные структуры в жанре молитвы всегда выступают полностью косвенными высказываниями, также неправомерно, поскольку в сознании адресанта (верующего, автора молитвы) всегда присутствует адресат молитвы (получатель передаваемого сообщения) и вопрос вербализуется с расчетом на усредненную модель такого адресата. Установление типологии вопросов, встречающихся в молитве (вопрос-рефлексия, вопрос-уничтожение, вопрос-восхваление, вопрос-просьба, вопрос-признание) показывает, что вопросительные структуры в данном жанре не только имеют место быть, но и несут определенную функциональную нагрузку.

Перспективами проведенного исследования может стать изучение интенционального и структурного плана молитв различных конфессий (например, христианская (православная) молитва и молитва в исламе), а также выявление места и роли интеррогативных структур в других жанрах религиозного дискурса (исповеди, проповеди и т.п.).

Литература

1. Горелов И.Н. Безмолвный мысли знак: Рассказы о невербальной коммуникации. М.: Молодая гвардия, 1991. 240 с.
2. Почепцов О.Г. Фатическая метакоммуникация // Семантика и прагматика синтаксических единств. Калинин, 1981. С. 52 – 59.
3. Баранов А.Н. Аргументация как языковой и когнитивных феномен // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. М., 1990. С. 40 – 52.
4. Линдстрем Е.Н. Классификация русских вопросительных по форме высказываний на базе прагматически обоснованной универсальной модели: дис. ... канд. филол. наук. Петрозаводск, 2003. 189 с.
5. Лойфман А.Я. Вопросительные предложения в современном русском литературном языке // Материалы исследования по русскому языку // Ученые записки Оренбургского педагогического института. 1956. № 5. С. 3 – 16.
6. Распопов И.П. Актуальное членение и коммуникативно-синтаксические типы повествовательных предложений в русском языке : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 1964. 267 с.
7. Валимова Г.В. Семантическая структура предложения. Северо-Кавказский научный центр высшей школы. Изд-во Ростовского университета, 1978. 152 с.
8. Крылова О.А. Существует ли церковно-религиозный функциональный стиль в современном русском литературном языке? // Культурно-речевая ситуация в современной России. Екатеринбург, 2000. С. 107 – 117.
9. Святогор И.П. Типы диалогических реплик в современном русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М.: МГПУ, 1967. 20 с.
10. Карпушина Е.Е. Грамматическая, прагматическая и интеракциональная вариативность вопросительных конструкций: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 1992. 22 с.
11. Британ И.Б. Вопросительные предложения в авторской речи художественного текста: дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2005. 183 с.
12. Попова И.А. Структура и стилистические особенности вопросительных предложений английского языка // Евразийский союз ученых. 2020. № 3(72). С. 48-50.
13. Балашова Л.В. Отец или владыка, чадо или раб? // Жанры речи: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 3. Саратов, 2002. С. 186-199.
14. Гусев С.С. Коммуникативные функции вопросительных предложений // Язык. Культура. Образование. 2017. № 3 (25). С. 117 – 132.
15. Печникова Н.А. Вопросительно-оптативные предложения как комбинированный тип целеустановки // Вестник МГОУ. Русская филология. № 5. 2011. С. 28 – 33.
16. Кессиди Ф.Х. Сократ. СПб.: Алетейя, 2001. 345 с.
17. Аристотель. Собрание сочинений: в 4-х т. М.: Мысль, 1984.
18. Декарт Р. Правила для руководства ума // Декарт. Сочинения: в 2 т. М.: Мысль, 1989. 541 с.
19. Пешковский А.М. Русский синтаксис в научном освещении. М.: Языки славянской культуры, 2001. 545 с.
20. Кессиди Ф.Х. Сократ. СПб.: Алетейя, 2001. 345 с.
21. Гладкова К.Ю. Трактовки понятия «интеррогативность» в лингвистике // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2020. Т. 12. Вып. 2. С. 5 – 17. doi 10.17072/2073-6681-2020-2-5-1
22. Логинов А.В. Модальный аспект вопросительного предложения // Славянский мир: духовные традиции и словесность: сб. мат-в межд. науч. конф. Тамбов: Принт-Сервис, 2017. С. 408 – 415.
23. Гладкова К.Ю. Трактовки понятия «интеррогативность» в лингвистике // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2020. Т. 12. Вып. 2. С. 5 – 17. doi 10.17072/2073-6681-2020-2-5-1.
24. Мостовая Л.А. Риторический вопрос в группе косвенных речевых актов // Вестник РУДН. Русский и иностранные языки и методика их преподавания. М., 2009. № 4. С. 39 – 45.
25. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М.: Советская Энциклопедия, 1972.
26. Даль В. Толковый словарь: в 4-х т. М.: Советская Энциклопедия, 1956.

27. Прохвятилова О.А. Православная проповедь и молитва как феномен современной звучащей речи. Волгоград, 1999. 362 с.
28. Бугаева И.В. Молитва как особый жанр современной православной публицистики // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. Орел, 2006. С. 157 – 165.
29. Плисов Е.В. Композиционные и лексико-грамматические особенности священнической молитвы на часах (на примере немецких католических молитв) // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия «Филологические науки». 2012. № 6(70). С. 87 – 91.
30. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград, 2002. 476 с.
31. Бобырева Е.В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, стратегии (на материале православного вероучения). Волгоград: Перемена, 2007. 375 с.
32. Пестов Н.Е. О молитве. М., 2003. 143 с.
33. Ширапова С.Д., Лунева Н.П. Косвенные речевые акты // Вестник Бурятского государственного университета. 2008. № 11. С. 130 – 133.

References

1. Gorelov I.N. Bezmolvnyj mysli znak: Rasskazy o neverbal'noj kommunikacii. M.: Molodaja gvardija, 1991. 240 s.
2. Pochepcov O.G. Faticeskaja metakommunikacija. Semantika i pragmatika sintaksicheskikh edinstv. Kalinin, 1981. S. 52 – 59.
3. Baranov A.N. Argumentacija kak jazykovej i kognitivnyh fenomen. Rechevoe vozdejstvie v sfere massovoj kommunikacii. M., 1990. S. 40 – 52.
4. Lindstrem E.N. Klassifikacija russkikh voprositel'nyh po forme vyskazyvanij na baze pragmaticheski obosnovannoj universal'noj modeli: dis. ... kand. filol. nauk. Petrozavodsk, 2003. 189 s.
5. Lofjman A.Ja. Voprositel'nye predlozhenija v sovremennom russkom literaturnom jazyke. Materialy issledovanija po russkomu jazyku. Uchenye zapiski Orenburgskogo pedagogicheskogo instituta. 1956. № 5. С. 3 – 16.
6. Raspopov I.P. Aktual'noe chlenenie i kommunikativno-sintaksicheskie tipy povestvovatel'nyh predlozhenij v russkom jazyke : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. M., 1964. 267 с.
7. Valimova G.V. Semanticheskaja struktura predlozhenija. Severo-Kavkazskij nauchnyj centr vysshej shkoly. Izd-vo Rostovskogo universiteta, 1978. 152 s.
8. Krylova O.A. Sushhestvuet li cerkovno-religioznyj funkcional'nyj stil' v sovremennom russkom literaturnom jazyke? Kul'turno-rechevaja situacija v sovremennoj Rossii. Ekaterinburg, 2000. S. 107 – 117.
9. Svjatogor I.P. Tipy dialogicheskikh replik v sovremennom russkom jazyke: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M.: MGPU, 1967. 20 s.
10. Karpushina E.E. Grammaticheskaja, pragmaticheskaja i interakcional'naja variativnost' voprositel'nyh konstrukcij: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. SPb., 1992. 22 s.
11. Britan I.B. Voprositel'nye predlozhenija v avtorskoj rechi hudozhestvennogo teksta: dis. ... kand. filol. nauk. Krasnodar, 2005. 183 s.
12. Popova I.A. Struktura i stilisticheskie osobennosti voprositel'nyh predlozhenij anglijskogo jazyka. Evrazijskij sojuz uchenyh. 2020. № 3(72). S. 48-50.
13. Balashova L.V. Otec ili vladyka, chado ili rab? Zhanry rechi: mezhvuz. sb. nauch. tr. Vyp. 3. Saratov, 2002. S. 186-199.
14. Gusev S.S. Kommunikativnye funkcii voprositel'nyh predlozhenij. Jazyk. Kul'tura. Obrazovanie. 2017. № 3 (25). S. 117 – 132.
15. Pechnikova N.A. Voprositel'no-optativnye predlozhenija kak kombinirovannyj tip celeustanovki. Vestnik MGOU. Russkaja filologija. № 5. 2011. S. 28 – 33.
16. Kessidi F.H. Sokrat. SPb.: Aletejja, 2001. 345 s.
17. Aristotel'. Sobranie sochinenij: v 4-h t. M.: Mysl', 1984.
18. Dekart R. Pravila dlja rukovodstva uma. Dekart. Sochinenija: v 2 t. M.: Mysl', 1989. 541 s.
19. Peshkovskij A.M. Russkij sintaksis v nauchnom osveshhenii. M.: Jazyki slavjanskoj kul'tury, 2001. 545 s.
20. Kessidi F.H. Sokrat. SPb.: Aletejja, 2001. 345 s.
21. Gladkova K.Ju. Traktovki ponjatija «interrogativnost'» v lingvistike. Vestnik Permskogo universiteta. Rossijskaja i zarubezhnaja filologija. 2020. T. 12. Vyp. 2. S. 5 – 17. doi 10.17072/2073-6681-2020-2-5-1
22. Loginov A.V. Modal'nyj aspekt voprositel'nogo predlozhenija. Slavjanskij mir: duhovnye tradicii i slovesnost': sb. mat-v mezhd. nauch. konf. Tambov: Print-Servis, 2017. S. 408 – 415.
23. Gladkova K.Ju. Traktovki ponjatija «interrogativnost'» v lingvistike. Vestnik Permskogo universiteta. Rossijskaja i zarubezhnaja filologija. 2020. T. 12. Vyp. 2. S. 5 – 17. doi 10.17072/2073-6681-2020-2-5-1.

24. Mostovaja L.A. Ritoricheskij vopros v gruppe kosvennyh rechevyh aktov. Vestnik RUDN. Russkij i inostrannye jazyki i metodika ih prepodavanija. M., 2009. № 4. S. 39 – 45.
25. Ozhegov S.I. Slovar' russkogo jazyka. M.: Sovetskaja Jenciklopedija, 1972.
26. Dal' V. Tolkovyj slovar': v 4-h t. M.: Sovetskaja Jenciklopedija, 1956.
27. Prohvatilova O.A. Provoslavnaja propoved' i molitva kak fenomen sovremennoj zvuchashhej rechi. Volgograd, 1999. 362 c.
28. Bugaeva I.V. Molitva kak osobyj zhanr sovremennoj pravoslavnoj publicistiki. Zhanry i tipy teksta v nauchnom i medijnom diskurse: mezhvuz. sb. nauch. tr. Orel, 2006. S. 157 – 165.
29. Plisov E.V. Kompozicionnye i leksiko-grammaticheskie osobennosti svjashhennicheskoy molitvy na chasah (na primere nemeckih katolicheskikh molity). Izvestija Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Serija «Filologicheskie nauki». 2012. № 6(70). S. 87 – 91.
30. Karasik V.I. Jazykovej krug: lichnost', koncepty, diskurs. Volgograd, 2002. 476 c.
31. Bobyreva E.V. Religioznyj diskurs: cennosti, zhanry, strategii (na materiale pravoslavnogo verouchenija). Volgograd: Peremena, 2007. 375 s.
32. Pestov N.E. O molitve. M., 2003. 143 s.
33. Shirapova S.D., Luneva N.P. Kosvennye rechevyje akty. Vestnik Burjatskogo gosudarstvennogo universiteta. 2008. № 11. S. 130 – 133.

*Bobyreva E.V.,
Volgograd State Socio-Pedagogical University*

Functional purpose of interrogative structures in the genre of the prayer

Abstract: the article deals with the specifics of the functional-semantic category of interrogativity; peculiarities of verbalization and functional purpose of interrogative structures in the genre of religious prayer. It has been shown that prayer, being an invocatory and narrative genre by its nature, is not characterized by interrogativity, however, interrogative statements included in different types of prayers perform a number of specific functions: transmission of request, recognition, reflection on issues of being and human life, in particular. Such types of interrogative structures as: question-reflection, question-humiliation, question-praise, question-request, question-recognition are singled out, their functional specificity is shown, statistical data regarding the frequency of their use in the process of auto-communication (in the genre of prayer) in the religious sphere are given.

Keywords: discourse, discursive specificity, functional specificity, genre of prayer, indirect speech act, intention, interrogativity, question, question-reflection, question-humiliation, question-praise, question-request, question-recognition

For citation: Bobyreva E.V. Functional purpose of interrogative structures in the genre of the prayer. Philological Sciences Bulletin. 2023. 3 (8). P. 173 – 180.

Received: July 18, 2023; Revised: August 8, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Бондарева Н.К.,
University of the People, Пасадена, США*

Способы интеграции английских фильмов и сериалов в обучение для улучшения навыков аудирования, произношения и увеличения словарного запаса

Аннотация: статья посвящена рассмотрению путей и специфики интеграции английских фильмов и сериалов в обучение английскому языку для улучшения навыков аудирования, произношения и увеличения словарного запаса. Представлены различные классификации видеоматериалов. Обозначены трудности и риски внедрения фильмов и сериалов в процесс обучения. Рассмотрены конкретные примеры видео, которые могут быть включены в обучающую программу. Выделены преимущества фильмов и сериалов в плане развития навыков произношения, аудирования, расширения лексического запаса для учащихся старших классов и студентов.

Ключевые слова: английский язык, изучение иностранных языков, аудирование, лексика, фонетика, видеоконтент

Для цитирования: Бондарева Н.К. Способы интеграции английских фильмов и сериалов в обучение для улучшения навыков аудирования, произношения и увеличения словарного запаса // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 181 – 186.

Поступила в редакцию: 14 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 10 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

В современной педагогической литературе все чаще можно услышать мнение о необходимости введения аутентичного языкового материала в практику обучения иностранным языкам студентов и старших школьников [2, с. 29]. Многие исследователи отмечают, что материал, представленный в бумажных изданиях, зачастую устаревает и едва ли может быть интересным для изучающих английский язык. Кроме того, фрагменты иноязычной коммуникации, представленные в обучающих аудиозаписях для аудирования, в учебниках в виде текстов и диалогов, в обучающих видеофильмах, являются адаптированными – упрощенными и априори искусственными, а значит – они не соответствуют реальной разговорной практике носителей языка.

В данной связи многие педагоги вводят в занятия такой вид учебной активности, как просмотр аутентичных видеоматериалов. Аутентичный видеоматериал – видеозапись, отвечающая трем критерием: (1) сочетание зрительного и звукового ряда, (2) материал выполнен носителями языка и ориентирован на носителей языка, (3) материал содержит лингвистические и экстралингвистические данные о сферах жизни общества и способен продемонстрировать функционирование языка в естественном окружении [7, с. 1182]. Данные параметры, собственно, можно воспринимать в качестве преимуществ аутентичных видеоматериалов – они обеспечивают «всеобъемлющую демонстрацию языковых компонентов в их естественном контексте с использованием двойной презентации (визуальной и устной)» [5, с. 43].

Существует колоссальное множество материалов, которые можно включить в обучающие программы в области изучения английского языка. Расклассифицировать их можно по различным критериям (табл. 1).

Таблица 1

Типология аутентичных видеоматериалов, применяемых в целях обучения английскому языку

Критерий	Типы видеоматериалов	Жанры (примеры)
<i>Функциональный стиль презентации информации</i>	(1) научно-популярные; (2) публицистические; (3) художественные; (4) информационные; (5) страноведческие.	(1) документальные и учебные фильмы; (2) интервью, репортажи; (3) мультфильмы, художественные фильмы, спектакли; (4) реклама, новости, (5) видеозаписи, туристические влоги, обзоры.

Продолжение таблицы 1

<i>Степень аутентичности материалов</i>	(1) обучающие материалы, записанные носителями языка; (2) материалы для обучения языку, записанные носителями языка; (3) аутентичные неучебные материалы, записанные носителями языка.	(1) видеоуроки английского языка; (2) видеоуроки английского языка от носителей языка; (3) фильмы, сериалы, подкасты, музыкальные клипы и проч.
<i>Контингент обучающихся</i>	(1) материалы для взрослых обучающихся; (2) материалы для детей и подростков; (3) материалы для детей до-школьного возраста, изучающие английский как один из родных языков – к примеру, параллельно, с русским.	(1) художественные и документальные фильмы, обучающие лекции и проч.; (2) мультфильмы, детские фильмы, музыкальные клипы, влоги, прямые эфиры, видео-«реакции», «распаковки».
<i>Концентрация познавательного контента</i>	(1) познавательный контент; (2) развлекательно-познавательный контент; (3) рекреационные материалы.	(1) видеоуроки, тед-токи (TED Talks); (2) подкасты, влоги путешественников; (3) музыкальные клипы, художественные фильмы и мультфильмы.

Примечание: собственная разработка на основе материалов [7, с. 1185] и собственных данных

Следует сказать, что включение аутентичного видеоконтента в обучение не должно быть стихийным, спонтанным; как и любая иная педагогическая новация, включение просмотра фильмов и сериалов в учебный процесс должно быть реализовано на базе продуманной стратегии обучения, грамотной организации педагогического процесса, где учитываются цели, содержание и комплекс средств обучения иноязычному говорению для конкретного контингента обучающихся [5, с. 43]. Следует, помимо прочего, учитывать риски, сопряженные с имплементацией подобной педагогической технологии (табл. 2).

Таблица 2

**Риски, связанные с интеграцией английских фильмов и сериалов
в процесс обучения старшеклассников и студентов**

Риск	Описание
<i>Низкая эффективность обучения</i>	Далеко не каждый обучающийся способен понять «реальную» английскую речь, поэтому большая часть из просмотренного материала может вызывать проблемы с усвоением информации. Кроме того, существует риск пассивизации обучения – пассивный просмотр видеоматериалов следует «разбавлять» активными методами работы с видео (паузы, повторения, анализ диалогов и сцен, заполнение пропусков в скриптах и проч.).
<i>Излишне сложный языковой материал и темп подачи информации</i>	Аутентичные фильмы и сериалы могут содержать сленг, бытовые выражения, диалекты и быструю речь, которые могут быть сложными для понимания. Непонимание либо частичное понимание диалогов и сюжета видео может ухудшить мотивацию учащихся к учебной деятельности или даже вызвать фрустрацию.
<i>Злоупотребление субтитрами/ неумение использовать функции субтитров</i>	В некоторых случаях обучающиеся смотрят видео с субтитрами [2, с. 30], что, в свою очередь, приводит к следующим рискам: (1) ученики знают о существовании русских субтитров к англоязычным видео, которые не просто значительно облегчают восприятие, а делают просмотр видео бесполезным; (2) в некоторых видеоматериалах вербальный материал крайне обширен и подается в быстром темпе, поэтому обучающиеся не успевают читать субтитры или не успевают следить за видеорядом в попытках прочесть все строки субтитров.

Продолжение таблицы 2

<i>Отсутствие апробированных методологий обучения</i>	Несмотря на продолжительное и активное использование видеоматериалов в учебном процессе по иностранным языкам, проблемы использования <i>аутентичных</i> видеоматериалов на занятиях еще недостаточно разработаны [5, с. 42]. Педагог, который планирует включить «живой», не учебный видеоматериал в качестве образовательного контента, чаще всего вынужден разрабатывать план занятия и методологию с нуля.
<i>Употребление обценной лексики, инвективной лексики; восприятие просторечий как нормы</i>	Существует риск того, что в видеоматериале будет использован нелитературный вариант языка. Возможно повторение языковых ошибок за персонажами фильмов и сериалов, перенятие акцента или дефектов речи. Следует понимать, что некоторые фильмы могут содержать нецензурную лексику, которая используется в определенном контексте в целях передачи настроения персонажей. Однако это не означает, что эти выражения приемлемы в повседневной речи.
<i>Риск межкультурных противоречий</i>	Фильмы могут отражать культурные аспекты, которые могут быть непонятными или неприемлемыми для учащихся из других лингвокультур. Поведение персонажей, их взаимодействие, традиции и обычаи в фильмах могут отражать культурные нормы, которые незнакомы учащимся или считаются непристойными в их культуре. Поэтому важно понимать, какие выражения являются табу в культуре обучающихся и в культуре англоязычных стран. Некоторые люди могут чувствовать дискомфорт в ситуациях, когда в видео встречается нецензурная лексика.

Примечание: собственная разработка на основе материалов [2, с. 30]; [5, с. 42]; [4, с. 24], [6, с. 3] и собственных данных

В связи с вышеизложенным представляется целесообразным выработать критерии, согласно которым следует осуществлять отбор фильмов и сериалов для занятий по английскому языку для рассматриваемого нами контингента (учащиеся старших классов и студенты). Можно выделить три основных критерия отбора видеоконтента для занятий: во-первых, содержание фильма или сериала должно включать сферы и ситуации общения, коррелирующие с содержанием программы; во-вторых, тематика и проблематика фильма или сериала должны соответствовать возрастным особенностям и специфике лингвокультуры обучающихся; в-третьих, видеоматериал должен обладать информативной, коммуникативной и смысловой ценностью [5, с. 44]. Дополнительными критериями мы выделим следующие: по возможности, фильм или видео должны обладать выраженным социокультурным и лингвострановедческим контекстом; видеоматериал не должен превышать 20-30 минут, чтобы у обучающихся оставалось время на выполнение упражнений во время или после просмотра; если же видео превышает эту длительность, оно должно быть структурировано так, чтобы легко разбиваться на относительно цельные фрагменты. Можно также сказать, что видеоконтент должен, по возможности, быть эмоционально насыщенным, чтобы учащиеся могли изучать средства экспрессии языка, интонационные контуры и прочие прагматические аспекты иноязычной коммуникации.

При внедрении видеоконтента в процесс обучения не следует игнорировать общедидактический принцип поступательного повышения уровня сложности. Основной проблемой при подборе материала выступает то, что аутентичное англоязычное видео, которое содержит простой для понимания языковой материал будет, с большой долей вероятности, представлять собой детский контент. Просмотр детских фильмов и сериалов едва ли способен вызвать интерес у обучающихся, скажем, 18-20 лет. Следовательно, перед педагогом стоит задача поиска баланса между сложностью материала и его соответствием возрасту обучаемых. Для старшеклассников и студентов 1 курса неязыковых вузов можно предложить такие семейные анимационные и кино-фильмы, как *Up* («Вверх»), *Get away from me!* («Отойди от меня!»), *The Sound of Music* («Звуки музыки»), *Home Alone* («Один дома»). Многие анимационные фильмы и семейные комедии могут быть подходящими для обучающихся с уровнем английского Intermediate/Upper-intermediate, так как они обычно ориентированы на молодую аудиторию и используют более простой и понятный язык. По мере развития навыка аудирования педагог может выключить субтитры, что повысит сложность. Многие исследователи говорят об успешном опыте введения фильмов о Гарри Поттере в обучающий процесс, ведь данная британ-

ская серия фильмов может стать своеобразным видеокурсом английского языка, так как в каждой новой части лексика и сюжет «взрослеют», усложняются.

Студенты с уровнем Upper-intermediate/Advanced (как правило, речь идет о языковых вузах) могут переходить к просмотру сериала *Friends* («Друзья»), где задача восприятия иностранной речи усложняется за счет юмора, разговорной лексики, идиом. Достаточно сложный британский английский звучит в сериале *Sherlock* (модернизированная версия историй о Шерлоке Холмсе с участием Бенедикта Камбербэтча); применять его на занятиях можно, по-нашему мнению, на последних курсах языкового вуза. С особой осторожностью к возрастным ограничениям и межкультурным противоречиям следует подходить к сериалам *The Office* (комедийный сериал, снятый в стиле мокьюментари, который следует за повседневной жизнью сотрудников офиса); *Black Mirror* (сборник научно-фантастических сюжетов, которые поднимают вопросы о влиянии технологий на общество). Едва ли можно порекомендовать к просмотру, вне зависимости от уровня владения языком, сериалы *Breaking Bad*, *House of Cards*, *Peaky Blinders*, *Fargo* и проч. Несмотря на обширный и гетерогенный языковой материал, содержащийся в этих популярных сериалах, обилие оценочной лексики, «взрослые» темы и сцены насилия, противоречивые моральные установки персонажей – все это не позволяет включить их в образовательный процесс.

Особенно ценно включать видеоконтент в обучение в контексте междисциплинарного подхода – изучения нескольких предметов в цельном образовательном континууме. К примеру, студенты-юристы могут смотреть сериал *The Good Wife*, который может быть полезным для обучающихся с уровнем Upper Intermediate и выше, так как в нем содержится колоссальное число юридических, судебных, политических, криминальных терминов. Сериал сфокусирован на адвокатской деятельности, поэтому он предоставляет студентам возможность изучения юридической лексики и терминологии (*litigation* ‘судебное разбирательство’, *plea deal* ‘сделка о признании вины’, *witness* ‘свидетель’ и др.). Герои сериала часто сталкиваются с нравственными дилеммами и этическими вопросами, что может быть интересно для изучающих язык и одновременно дает представление о моральных аспектах профессиональной деятельности юриста. Студенты-медики могут смотреть *The Good Doctor* – медицинскую драму, которая повествует о жизни и профессиональной деятельности молодого хирурга и содержит всю основную медицинскую терминологию, которую требуется изучить будущему врачу – начиная от довольно простых лексем – *diagnosis* ‘диагноз’, *treatment* ‘лечение’, *surgery* ‘хирургическая операция’, *anesthesia* ‘обезболивание’, *operating room (or)* ‘операционная’ до сложных – *hemorrhage* ‘кровоизлияние’, *myocardial infarction* ‘инфаркт миокарда’, *anaphylaxis* ‘анафилактический шок’, *resuscitation* ‘реанимация’.

Полезно от просмотра сериалов и фильмов на занятиях английским языком, конечно, не ограничивается изучением лексики. У тех, кто регулярно смотрит аутентичные фильмы также развивается фонетико-интонационный аспект иноязычной речи.

Следует отметить, что у старшеклассников и студентов в нашей стране уровень выполнения заданий в области письменной коммуникации (письменные тесты, чтение, выполнение письменных упражнений, сочинения) гораздо выше, чем уровень выполнения заданий, связанных с устной речью (аудирование, устные выступления, моделирование диалогов, фонетические задания и проч.) [1, с. 78]. Видеоконтент вполне способен сгладить этот дисбаланс.

Во всем мире отмечают существование особых «русских» ошибок в английском языке – нарушение порядка слов и произносительных норм (т.н. русский акцент). Следовательно, можно сделать вывод о том, что в школах и вузах недостаточное количество усилий прилагается в области развития устной стороны иноязычной коммуникации. К примеру, практически нет заданий на повышение темпа речи, на постановку фразового и словесного ударения, интонационных контуров, заданий по «артикуляционной и слуховой отработке фонологических оппозиций и позиционной долготы гласных и дифтонгов» [11, с. 23].

Просмотр фильмов и сериалов как вид учебной деятельности актуализирует моделирующую и иллюстративную функции аутентичного контента. Речь идет о том, что учащиеся, во-первых, начинают понимать, как именно звучит в реальной речи тот или иной звук, интонационный контур или иные фонетические явления (иллюстрирующая функция). Полезно просмотра фильмов и сериалов заключается в том, что интонации персонажей являются максимально приближенным к естественным, что позволяет обучающимся анализировать способы передачи различных эмоциональных оттенков, оценок, отношений коммуникантов [9, с. 352; 10, с. 183] – чего нельзя сделать посредством изучения текста учебника, пусть даже размеченного фонетически. Получив наглядное представление о реализации изученного фонетического аспекта, обучающиеся создают аналогичные сегменты устной коммуникации, где также будут использованы звуковые явления (моделирующая функция).

Фильмы и сериалы позволяют понять, что английский язык лишь условно представляет собой цельную лингвокультурную формацию – в реальной практике существует множество его вариантов, диалектов, со-

циолектов. Вариативность является ключевой характеристикой английского языка [8, с. 231]. На сегодняшний день англоговорящие страны генерируют так много мультимедийного контента, что при желании можно ознакомиться с любым из вариантов языка – американским и британским, архаичным и современным, академичным и просторечным. Исторические фильмы и сериалы, к примеру, можно использовать для изучения трансформаций языка во времени [3, с. 202].

Таким образом, внедрение аутентичных англоязычных фильмов и сериалов в образовательный процесс с целью улучшения навыков аудирования, развития произношения и расширения лексического запаса является современным педагогическим подходом, демонстрирующим значимость аутентичной коммуникации в современной парадигме изучения иностранных языков. Использование англоязычных фильмов и сериалов способствует погружению в реалистичную языковую среду – с присущими ей юмором, языковой игрой, идиомами, акцентами, просторечиями. Кроме того, фильмы и сериалы помогут улучшить навыки восприятия и порождения устной речи. Тем не менее, при интеграции фильмов и сериалов в обучение видеоконтент следует тщательно структурировать и адаптировать в зависимости от языкового уровня студентов.

Литература

1. Абдуллаева М.А. Креативный подход к работе над произношением на старших курсах языкового факультета в рамках кредитной системы обучения // Ученые записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. Гуманитарные науки. 2013. № 1 (34). С. 78 – 83.
2. Беляева О.И., Середницкая А.Е. Фильмы и сериалы на английском языке как эффективный способ изучения английского языка // Artium Magister. 2022. № 2. С. 28 – 33.
3. Дворжец О.С. Адаптация аутентичных видеозаписей к учебному процессу по английскому языку // Материалы II Международного семинара «Информационно-коммуникационные технологии в обучении иностранным языкам». Омск: Изд-во ОмГУ 2007. С. 202 – 213.
4. Палинка А.М., Пивоварова М.О. Особенности передачи языковой игры с английского языка на русский (на материале американских сериалов) // Ученые записки Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики. 2017. № 3 (59). С. 23 – 31.
5. Попова С.В., Ульянов С.С. Документальный фильм как основное средство обучения старшеклассников иноязычному говорению // Гаудеамус. 2021. № 2 (48). С. 41 – 45.
6. Рыбакина И.Ю., Стройков С.А. Использование сериала «Шерлок» на уроках английского языка как средство формирования социокультурной компетенции // Огарёв-Online. 2022. № 7 (176). 7 с.
7. Стрельцова, А.Д. Использование аутентичных видеоматериалов в методике преподавания // Форум молодых ученых. 2019. № 5 (33). С. 1182 – 1186.
8. Тихонина С.И. Вариативность гласных фонем в актерской речи (на материале британского и американского вариантов английского языка) // Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. 2014. № 7-8. С. 231 – 234.
9. Фунтова И.Л. Экспрессивная роль низкой ровной шкалы в современном британском варианте английского языка (на материале художественных фильмов) // Современное педагогическое образование. 2023. № 4. С. 352 – 356.
10. Хайбулаева Х.Г. Лингвистические средства выражения экспрессивности в английском языке на примере комедийного сериала «Друзья» // Мировая наука. 2021. № 5 (50). С. 182 – 185.
11. Яковлева Е.Б. Фонетика английского языка как Наука, учебная дисциплина и искусство // Вестник Московского университета. Серия 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. № 2. С. 23 – 30.

References

1. Abdullaeva M.A. Kreativnyj podhod k rabote nad proiznosheniem na starshih kursah jazykovogo fakul'teta v ramkah kreditnoj sistemy obuchenija. Uchenye zapiski Hudzhandskogo gosudarstvennogo universiteta im. akademika B. Gafurova. Gumanitarnye nauki. 2013. № 1 (34). S. 78 – 83.
2. Beljaeva O.I., Srednickaja A.E. Fil'my i serijaly na anglijskom jazyke kak jeffektivnyj sposob izuchenija anglijskogo jazyka. Artium Magister. 2022. № 2. S. 28 – 33.
3. Dvorzhec O.S. Adaptacija autentichnyh videozapisej k uchebnomu processu po anglijskomu jazyku. Materialy II Mezhdunarodnogo seminaru «Informacionno-kommunikacionnye tehnologii v obuchenii inostrannym jazykam». Omsk: Izd-vo OmGU 2007. S. 202 – 213.
4. Palinka A.M., Pivovarova M.O. Osobennosti peredachi jazykovoj igry s anglijskogo jazyka na russkij (na materiale amerikanskih serialov). Uchenye zapiski Sankt-Peterburgskogo universiteta tehnologij upravlenija i jekonomiki. 2017. № 3 (59). S. 23 – 31.

5. Popova S.V., Ul'janov S.S. Dokumental'nyj fil'm kak osnovnoe sredstvo obuchenija starsheklassnikov inozazychnomu govoreniju. *Gaudeamus*. 2021. № 2 (48). S. 41 – 45.
6. Rybakina I.Ju., Strojkov S.A. Ispol'zovanie seriala «Sherlok» na urokah anglijskogo jazyka kak sredstvo formirovanija sociokul'turnoj kompetencii. *Ogarjov-Online*. 2022. № 7 (176). 7 s.
7. Strel'cova, A.D. Ispol'zovanie autentichnyh videomaterialov v metodike prepodavanija. *Forum molodyh uchenyh*. 2019. № 5 (33). S. 1182 – 1186.
8. Tihonina S.I. Variativnost' glasyh fonem v akterskoj rechi (na materiale britanskogo i amerikanskogo variantov anglijskogo jazyka). *Austrian Journal of Humanities and Social Sciences*. 2014. № 7-8. S. 231 – 234.
9. Funtova I.L. Jekspressivnaja rol' nizkoj rovnoj shkaly v sovremennom britanskom variante anglijskogo jazyka (na materiale hudozhestvennyh fil'mov). *Sovremennoe pedagogicheskoe obrazovanie*. 2023. № 4. S. 352 – 356.
10. Hajbulaeva H.G. Lingvisticheskie sredstva vyrazhenija jekspressivnosti v anglijskom jazyke na primere komedijnogo seriala «Druz'ja». *Mirovaja nauka*. 2021. № 5 (50). S. 182 – 185.
11. Jakovleva E.B. Fonetika anglijskogo jazyka kak Nauka, uchebnaja disciplina i iskusstvo. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 19, Lingvistika i mezhkul'turnaja kommunikacija*. 2016. № 2. S. 23 – 30.

*Bondareva N.K.,
University of the People, Pasadena, USA*

Ways to integrate English films and TV series into learning to improve listening, pronunciation and vocabulary skills

Abstract: the article is devoted to the consideration of the ways and specifics of integrating English films and series into education to improve listening skills, pronunciation and increase vocabulary. Various classifications of video materials are presented. The difficulties and risks of introducing films and series into the learning process are indicated. Specific examples of videos that can be included in the training program are considered. The advantages of films and series in terms of developing pronunciation skills, listening, expanding vocabulary for high school students and students are highlighted.

Keywords: English, foreign language learning, listening, vocabulary, phonetics, video content

For citation: Bondareva N.K. Ways to integrate English films and TV series into learning to improve listening, pronunciation and vocabulary skills. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 181 – 186.

Received: July 14, 2023; Revised: August 10, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Гурченко В.И., старший преподаватель,
Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г.Ф. Морозова*

Похвала как речевой акт положительной оценки

Аннотация: настоящая статья посвящена рассмотрению одной из форм положительной оценки объекта, в том числе воспитательного воздействия, реализуемых вербально при помощи речевых актов похвалы. Отмечено, что они могут служить инструментом психологического воздействия на адресата речи, ввиду своего использования как средства выражения отношения говорящего к реципиенту, одобрения его действий, поддержки, выступая стимулом для дальнейшего самосовершенствования. Воспитательная ценность речевых актов похвалы несомненна, так как позитивный настрой на коммуникацию обеспечивает большую результативность педагогического воздействия. Автором фиксируется национальное своеобразие использования речевых актов похвалы, состоящее, в частности, в различиях применения прямой и косвенной форм такого оценочного высказывания, а также в осознанности и стереотипизированности языковых формулировок. Заключается, что речевые акты похвалы могут содержать в себе различные семантические пласты, соответствующие коммуникативной ситуации по целям, намерениям и ключевым акторам.

Ключевые слова: речевой акт, коммуникация, выражение похвалы, позитивная оценка, англоязычный дискурс, воспитательное воздействие

Для цитирования: Гурченко В.И. Похвала как речевой акт положительной оценки // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 187 – 190.

Поступила в редакцию: 4 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 15 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Особенностью воспитательного процесса является его ярко выраженная оценочность. Данное обстоятельство обусловлено необходимостью сравнения поведения, речи, личностных характеристик ребенка с неким эталоном для коррекции уровня педагогического воздействия на него или достижения иных воспитательных целей. Процесс реализуется в том числе вербально – через речевые акты оценки. Они представляют собой высказывания педагога, побуждающие субъекта-адресата эмоционально реагировать на содержащуюся в них информацию, с тем чтобы повысить свою мотивацию к обучению, добиться лучших результатов [4, с. 166].

Настоящее исследование посвящено изучению одной из разновидностей вербальной оценки – речевым актам похвалы. Целью его является рассмотрение лингвистической составляющей оценочных высказываний, используемых педагогом в воспитательном англоязычном дискурсе. Методологическими основаниями работы выступили общенаучные методы, а также ряд специальных.

Интересным фактом, касающимся коммуникативных актов похвалы, является то, что они не могут считаться исключительно оценочными высказываниями, в силу того что несут в себе также и информацию об отношении педагога к обучающемуся [3, с. 155].

Главной функцией речевых актов положительной оценки адресата, и похвалы в том числе, является побуждение индивида к самоулучшению, к повторному воспроизведению модели поведения, которая обусловила получение им похвалы [2, с. 11]. В воспитательном дискурсе данное обстоятельство имеет решающее значение.

Следует сказать, что для целей воспитательного процесса из всех речевых актов положительной оценки востребованы лишь одобрение и собственно похвала, так как именно они позволяют педагогу оказывать формирующее воздействие на воспитанника.

Речевые акты похвалы имеют конкретную коммуникативную цель – выразить одобрение действий того, кому адресован вербальный посыл. Вторая установка похвалы более обобщенная – демонстрация расположения говорящего к объекту речи [7, с. 19].

Аналогичную точку зрения репрезентируют исследователи И.А. Солодилова [8] и Т.А. Власова [3], основываясь на отнесении похвалы к прямым вердиктивно-оценочным речевым актам. С их точки зрения подобные высказывания имеют одной из своих функций демонстрацию позитивного настроения говорящего по отношению к оценке действий конкретного субъекта и его личности в целом.

Согласно И.Г. Дьячковой, в основе похвалы лежат общепринятые представления о хорошем и плохом, усвоенные говорящим и адресатом его высказывания [5].

Дж. Остин называет выражения похвалы в вербальном виде *бехабитивами* – «актами общественного поведения, выражающим реакцию на поведение, поступки человека» [12].

Н.Д. Арутюнова использует иную терминологию для номинации речевых актов похвалы, отграничивая их от других целевых высказываний, поскольку они ориентированы на коммуникацию, а не на передачу данных. В ее концепции похвала именуется *фатическим речевым актом* [1, с. 34].

Сходные мысли высказывали И.Г. Дьячкова [5] и Т.В. Шмелева [11].

Заслугой И.Г. Дьячковой является семантическая препарация речевого акта с содержанием похвалы. При этом в качестве ключевых составляющих его исследователь называет следующие «субъект оценочного отношения, объект оценки, поступок, само оценочное отношение, основание оценки, определитель-интенсификатор оценки» [5]. Все они содержатся в семантической структуре высказывания-похвалы в разном объеме, что влечет за собой их дифференциацию по репрезентации компонентов в вербальном выражении [4, с. 47].

Рассмотренные положения касаются похвалы вообще как универсального средства выражения одобрения, однако в каждой национальной традиции имеется своя специфика. В рамках настоящего исследования нас интересует англоязычный дискурс применения речевых высказываний такого типа в воспитательных целях.

Поводами для похвалы у англичан могут являться:

- 1) качественное выполнение работы;
- 2) проявление морально-нравственных качеств ребенком;
- 3) использование сообразительности и активной мыслительной деятельности при выполнении задания педагога;
- 4) выполнение требуемого [7, с. 20-21].

При этом высказывание, как правило, содержит в себе несколько значений, одно из которых является ключевым и составляет ядро речевого посыла, обычно оно имеет прагматический характер. Похвала относится к добавочным значениям речевого акта, в основе ее вербализации лежит иллокутивная сила, позволяющая совмещать его с основным.

Исследователи отмечают, что и внутри дополнительного значения похвалы, характерного для речевого акта оценки, существуют семантические уровни. Так, Л.И. Ключко говорит о пяти подобных пластах содержания, среди них: констатация одобрения, выражение отношения, эмоционального настроя говорящего, желание повысить мотивацию, придать стимульность дальнейшим действиям адресата речи, передача перформативной информации, создание эвристичности восприятия за счет использования формы вопроса [6, с. 47].

Следует сказать, что высказывания англоязычных акторов, содержащие похвалу, характеризуются выраженной экспрессивностью, создающей впечатление чрезмерной благожелательности, причем оформление речевого акта такого рода происходит при помощи однозначной положительно-оценочной лексики и выглядит несколько стереотипизировано. Гипертрофированность позитивного посыла обусловлена ритуализацией англоязычного коммуникативного акта, в рамках которого реализуется репрезентация похвалы [7, с. 49]. Особенно это заметно в сфере воспитания, когда подобные речевые акты лишь оформляют процесс коммуникации с ребенком, никак не влияя на его суть.

По мнению Н.А. Трофимовой, похвала в таких речевых актах носит формальный характер и своим появлением в речи не характеризует действительность намерения актора выразить позитивную оценку адресату высказывания ввиду высокой спонтанности и ритуализованности используемых языковых элементов [10]. Оценочная семантика здесь имеет вид языкового стереотипа, который характеризуется нивелированием первоначального значения ввиду частотности употребления без достаточной обусловленности.

Однако в англоязычном дискурсе существует и другой тип похвальных речевых актов, который демонстрирует произвольность создания, осознанность говорящим. Здесь уже нельзя говорить о десемантизации высказывания. Как правило, оно имеет воспитательную направленность и употребляется в коммуникации с детьми или иными объектами педагогического воздействия.

Исследователи отмечают, что англоязычный дискурс однозначен вообще и в плане передачи семантики похвалы в частности. Так, распространенная в русском языке форма выражения похвалы через контекст не находит поддержки у англоязычных коммуникантов ввиду того, что реципиентам сложнее обнаружить ее в высказывании и воспринять [9, с. 63]. Однако о полном отсутствии косвенных форм похвалы в английской речевой традиции все же тоже нельзя. Так, она может быть косвенно передана высказыванием, содержащим жалобу или сожаление: *I wish to read your articles more often, but, unfortunately, I can't afford this!*; реализована в форме ссылки на «авторитетное мнение»: *Your monitor speaks very proudly of you*; иметь вид приятного удивления, вызванного неожиданным результатом: *I've never thought that you've got such strong*

sense of compassion to others; проявляться в виде констатации преимуществ адресата речи: You've done it way much better than we could; подчеркивать его значимость: I would appreciate your opinion on this question; демонстрировать зависть: I'd like to have this dress like yours in my closet!

Как видим, контекстом для использования семантики похвалы как положительной оценки некоего объекта речи могут служить ситуации, требующие реализации иного первоначального намерения – демонстрации благодарности, просьбы, совета, поощрения, удивления, упрека, порицания, извинения, поздравления [10, с. 92].

Аккумулируя сказанное, подведем итоги. Речевой акт похвалы является распространенной формой вербальной положительной оценки, в том числе предназначенной для воспитательных целей. Для ее реализации необходимо наличие двух обязательных акторов: собственно инициатора высказывания и его реципиента. Коммуникативная ситуация, содержащая в себе речевой акт похвалы может создаваться целенаправленно либо носить спонтанный характер. В первом случае субъект закладывает в его содержание дополнительные семантические пласты, соответствующие его намерению выразить одобрение, поддержать, отметить свое расположение, придать стимул дальнейшему развитию адресата речи и т.д. Во втором – обычно представляется стереотипизированной формулировкой, призванной соблюсти ритуальность коммуникации. Причем употребление высказываний похвалы носит выраженный национальный характер и различается, например, в русском и английском языковом дискурсе. Поэтому для реализации успешного речевого акта похвалы следует принять во внимание поводы и условия его осуществления, определить цели и способы воплощения положительной оценки в языковом материале и коммуникативном контексте.

Литература

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: оценка, событие, факт. М., 1988. 339 с.
2. Бигунова Н.А. Иллокутивные функции речевых актов положительной оценки (на материале англоязычного художественного дискурса) // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2013. № 2. С. 7 – 13.
3. Власова Т.М. Оценочные иллокутивные акты, реализованные с помощью невербальных средств общения (на материале английского дискурса) // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2012. № 1. С. 153 – 161.
4. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М., 2006. 280 с.
5. Дьячкова И.Г. Похвала и порицание как речевые жанры // Вестник Омского университета. 1998. № 3. С. 55 – 58.
6. Ключко Л.И. Похвала как оценочное высказывание в английском языке // Вестник Международного славянского университета. Серия: Филология. 2000. № 4 (3). С. 45 – 53.
7. Леонтьев В.В. «Похвала», «лесть» и «комплимент» в структуре языковой личности: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 1999. 150 с.
8. Солодилова И.А. К проблеме описания оценочных речевых актов (на материале немецкого языка) // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2010. Т. 1. № 1. С. 184 – 192.
9. Трофимова Н.А. Косвенные речевые стратегии похвалы // Проблемы современной филологии и лингводидактики. СПб., 2007. С. 62 – 66.
10. Трофимова Н.А. Языковые средства реализации речевого акта похвалы // Языковые контексты: структура, коммуникация, дискурс. М., 2007. С. 91 – 100.
11. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов, 1997. С. 88 – 98.
12. Austin J.L. How to Do Things with Words. Oxford, 1973. 174 p.

References

1. Arutjunova N.D. Tipy jazykovykh znachenij: ocenka, sobytie, fakt. M., 1988. 339 s.
2. Bigunova N.A. Illokutivnye funkcii rechevykh aktov polozhitel'noj ocenki (na materiale anglojazychnogo hudozhestvennogo diskursa). Vestnik Baltijskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta. 2013. № 2. S. 7 – 13.
3. Vlasova T.M. Ocenochnye illokutivnye akty, realizovannye s pomoshh'ju neverbal'nykh sredstv obshhenija (na materiale anglijskogo diskursa). Gumanitarnye issledovaniya v Vostochnoj Sibiri i na Dal'nem Vostoke. 2012. № 1. S. 153 – 161.
4. Vol'f E.M. Funkcional'naja semantika ocenki. M., 2006. 280 s.
5. D'jachkova I.G. Pohvala i poricanie kak rechevyje zhanry. Vestnik Omskogo universiteta. 1998. № 3. S. 55 – 58.
6. Klochko L.I. Pohvala kak ocenochnoe vyskazyvanie v anglijskom jazyke. Vestnik Mezhdunarodnogo slavjanskogo universiteta. Serija: Filologija. 2000. № 4 (3). S. 45 – 53.

7. Leont'ev V.V. «Pohvala», «lest'» i «kompliment» v strukture jazykovej lichnosti: dis. ... kand. filol. nauk. Volgograd, 1999. 150 s.
8. Solodilova I.A. K probleme opisaniya ocenochnyh rechevyh aktov (na materiale nemeckogo jazyka). Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina. 2010. T. 1. № 1. S. 184 – 192.
9. Trofimova N.A. Kosvennye rechevye strategii pohvaly. Problemy sovremennoj filologii i lingvodidaktiki. SPb., 2007. S. 62 – 66.
10. Trofimova N.A. Jazykovye sredstva realizacii rechevogo akta pohvaly. Jazykovye konteksty: struktura, kommunikacija, diskurs. M., 2007. S. 91 – 100.
11. Shmeleva T.V. Model' rechevogo zhanra. Zhanry rechi. Saratov, 1997. S. 88 – 98.
12. Austin J.L. How to Do Things with Words. Oxford, 1973. 174 r.

*Gurchenko V.I., Senior Lecturer,
Voronezh State University of Forestry and Technologies named after G.F. Morozov*

Praise as a speech act of positive evaluation

Abstract: this article is devoted to the consideration of one of the forms of positive evaluation of the object, including educational impact, implemented verbally with the help of speech acts of praise. It is noted that they can serve as a tool of psychological influence on the addressee of speech, due to their use as a means of expressing the attitude of the speaker to the recipient, approval of his actions, support, acting as an incentive for further self-improvement. The educational value of these acts of praise is undeniable, since a positive attitude to communication ensures greater effectiveness of pedagogical impact. The author fixes the national peculiarity of the use of speech acts of praise, consisting, in particular, in the differences in the use of direct and indirect forms of such an evaluative statement, as well as in the awareness and stereotyping of language formulations. It is concluded that speech acts of praise may contain various semantic layers corresponding to the communicative situation in terms of goals, intentions and key actors.

Keywords: speech act, communication, expression of praise, positive assessment, English-language discourse, educational impact

For citation: Gurchenko V.I. Praise as a speech act of positive evaluation. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 187 – 190.

Received: July 4, 2023; Revised: August 15, 2023; Accepted: September 5, 2023.

Струк А.А., старший преподаватель,
Тихоокеанский государственный университет

Система портретов в повести Ф.М. Достоевского «Село Степанчиково и его обитатели»

Аннотация: цель исследования – выявление скрытых тематических связей и противоречий между персонажами, реализующихся в тексте повести Ф.М. Достоевского «Село Степанчиково и его обитатели» через систему портретных характеристик. Исследование проведено с опорой на описательный и сравнительно-сопоставительный методы исследования художественного текста. **Результаты** научного исследования показали, что портреты героев повести могут быть разделены на 4 смысловые группы, организованные по принципам сопоставления и контраста. Семье Ростаневых и группе крестьян, наделенных автором условно позитивными портретными характеристиками, противопоставлены приживальщики и гости Степанчикова, облику которых присущи безобразие, карикатурность, гротескность. В результате исследования, можно сделать **вывод** о том, что при создании портретов персонажей, эстетически значимыми Ф.М. Достоевскому представлялись такие категории как телесная динамика/статика, многообразие/скудость эмоциональных проявлений, естественность/искусственность мимики и жеста.

Ключевые слова: Ф.М. Достоевский, «Село Степанчиково и его обитатели», портрет героя, система персонажей, динамический портрет

Для цитирования: Струк А.А. Система портретов в повести Ф.М. Достоевского «Село Степанчиково и его обитатели» // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 191 – 198.

Поступила в редакцию: 10 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 6 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Введение

Повесть Ф.М. Достоевского «Село Степанчиково и его обитатели» (1859 г.) неоднократно становилась объектом исследования в литературоведении с позиции анализа содержательного своеобразия и характерологии. Тем не менее, произведение, ознаменовавшее переход к новому послеклассическому этапу творчества Достоевского, оставляет еще много проблемных вопросов, изучение которых помогло бы выявить специфику конструирования авторского нарратива. **Актуальность** темы исследования обусловлена необходимостью изучения формально-художественных особенностей построения текста Ф.М. Достоевского, в частности, способов создания образной системы и ее функционирования в тексте. **Научная новизна** заключается в системном исследовании художественной специфики портретирования героев в повести Ф.М. Достоевского «Село Степанчиково и его обитатели».

Цель исследования – выявление скрытых тематических связей и противоречий между персонажами, реализующихся в тексте повести Ф.М. Достоевского «Село Степанчиково и его обитатели» через систему портретных характеристик.

Для достижения цели исследования необходимо решить следующие **задачи**:

- 1) провести анализ портретных характеристик системы персонажей повести (семейная группа Ростанева, группа приживальщиков, соседи и гости Степанчикова, группа, объединяющая крестьян, слуг и работников Степанчикова);
- 2) выявить скрытые мотивные и тематические связи / оппозиции внутри данных групп персонажей, раскрывающиеся через портретные характеристики;
- 3) обнаружить связи портретных описаний героев комической повести с эстетическими представлениями Ф.М. Достоевского о категориях прекрасного и безобразного.

Материалы и методы

Материалом для исследования является: Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений в 30 т. Село Степанчиково и его обитатели. Л.: Изд-во «Наука», 1972. Т.3. В качестве справочного материала были использованы следующие словари: Литературный энциклопедический словарь / под общ. ред. В.М. Кожевникова, П.А. Николаева. М.: Советская энциклопедия, 1987; Эстетика: словарь / под общ. ред. А.А. Беляева и др. М.: Политиздат, 1989.

Исследование проведено с опорой на описательный и сравнительно-сопоставительный **методы**.

Литературный обзор

Теоретической базой исследования послужили работы, посвященные историко-литературоведческому и текстологическому изучению повести «Село Степанчиково и его обитатели» (А.В. Архипова, Коммента-

рии: Ф.М. Достоевский. Село Степанчиково // Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений в 30 т. Л.: Изд-во «Наука», 1972. Т. 3.; Лотман Л.М. «Село Степанчиково» Достоевского в контексте литературы второй половины XIX в. // Достоевский. Материалы и исследования. Л.: Издательство «Наука», 1987. Т. 7., 1987; Мочульский К.В. Гоголь. Соловьев. Достоевский / сост. и послесл. В.М. Толмачева. М.: Республика, 1995), исследованию пародийной основы произведения (Тынянов Ю.Н. Достоевский и Гоголь. К теории пародии. Петроград: Издание «ОПОЯЗ», 1921), а также анализу художественного своеобразия поэтики Ф.М. Достоевского (Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. М.: Советский писатель, 1963), исследованию проблематики хронотопа приживальщика в повести (Вороничева О.В. Символика хронотопических характеристик приживальщика в повести Ф.М. Достоевского «Село Степанчиково» // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. № 4).

Понятия статического и динамического литературного портрета трактуются с опорой на исследования М.Г. Уртминцевой (Говорящая живопись (Очерки истории литературного портрета): Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского ун-та, 2000), Кричевской Л.И. (Портрет героя. М.: АО «Аспект-пресс», 1994), Страхова И.В. (Психология литературного творчества. М.: Издательство «Институт практической психологии», Воронеж: НПО «МОДЭК», 1998). В данных исследованиях понятие «литературного портрета» трактуется расширительно и включает не только описание внешности героя, но и «фиксацию как постоянных, так и ситуативных черт облика» [13, с. 50], «мимические и общетелесные» признаки героя [11, с. 226]. Л.И. Кричевская связывает понятия статического и динамического портрета с категориями внутренней смысловой «завершенности» (монологичности) и «незавершенности» (диалогичности) сознания персонажа, выявленными М.М. Бахтиным [6, с. 34], данный подход является методологической основой исследования.

Практическую значимость исследования определяет возможность использования полученных результатов в процессе изучения и преподавания филологических дисциплин, истории классической русской литературы, теории литературы, а также для разработки спецкурсов и спецсеминаров по углубленному изучению творчества Ф.М. Достоевского.

Результаты и обсуждение

Главным достоинством комической повести «Село Степанчиково и его обитатели» Ф.М. Достоевский считал изображение «двух огромных, типических характеров» Ростанева и Опискина [10, с. 302]. Одной из центральных художественных задач становилось описание среды и общества, в котором формирование подобных характеров оказалось возможным. Система персонажей повести сформирована таким образом, чтобы вскрыть различные уровни художественного конфликта, в том числе, в помощью противопоставления (или сопоставления) портретных характеристик разных групп героев.

По отношению к одному из главных героев Егору Ильичу Ростаневу (и, соответственно, по причинам пребывания в его имении) персонажей можно разделить на несколько групп:

- 1) семья и родные Ростанева;
- 2) группа приживальщиков;
- 3) соседи и гости села Степанчикова;
- 4) крестьяне, слуги, работники Степанчикова и его окрестностей.

Каждая из этих групп персонажей обладает специфическими портретными характеристиками, анализ которых позволяет сделать выводы об идейном своеобразии повести и особенностях конструирования образа, присущих идиостилю Ф.М. Достоевского.

К персонажам, которых можно причислить к семейной группе Ростаневых, относятся «дядюшка» Егор Ильич Ростанев, его дети Саша и Илюша, сестра Прасковья Ильинична, «бабушка» генеральша Крахоткина, молодой рассказчик Сергей Александрович и их дальний родственник Мизинчиков. За исключением генеральши и Мизинчикова, группу связывают теплые родственные отношения; Достоевский изображает практически идеальную семью.

Егор Ильич Ростанев наделен динамическим (лейтмотивным) портретом, к характеристике его внешности в ходе повествования постоянно добавляются новые детали. В облике героя подчеркнута красота, «богатырская» сила, эмоциональность: *«высокий и стройный, с румяными щеками, с белыми, как слоновая кость, зубами, с длинным темно-русом усом»* [5, с. 5]. Одна из его основных характерологических черт «деликатность»: *«нет человека смиреннее и на все согласнее», «человек утонченной деликатности»* [5, с. 13]. «Деликатность» дяди Ростанева получает в тексте повести разнообразные оттенки, она проявляется через добродушие, кротость, боязнь обидеть другого человека. Иногда «деликатность» приобретает черты гиперболизированной робости перед «маменькой» и Фомой Фомичом: *«полковник уничтожится и дрожит как осиновый лист», «возражает робко»* [5, с. 10], *«дядя обмер от ужаса»* [5, с. 57], *«бормотал дядя, дрожа всем телом от страха»* [5, с. 59].

На «деликатности» Ростанева строится бурлескно-травестийный комизм сюжета. В бурлеске комический эффект достигается за счет «контраста между темой и характером ее интерпретации» [7, с. 59]. Ростанев представляет собой воплощение образа высокого, не знающего себе цену и разменивающегося на низкое. Дядя растрачивает свои ресурсы, душевный потенциал и доброту на неблагодарных нахлебников, в то время как оказывается не в состоянии защитить невесту Настеньку, собственных детей и крепостных. Нелучайно пронизательный Ежевикин называет его не добрым, а «добреньким» [5, с. 141].

Пластический портрет дядюшки Ростанева демонстрирует большое разнообразие жестов и поз, герой хлопотлив, суетлив, порывист, говорит скороговоркой, в целом, очень подвижен в противоположность статично «восседающему» на кресле Фоме Опискину: «дядя немедленно захлопотал» [5, с. 65], «толкует взяв за пуговицу» [5, с. 10], «продолжает он, махая рукой» [5, с. 17], «потирая руки и скороговоркою» [5, с. 33].

В эмоциональном облике Ростанева Достоевский подчеркивает богатство и многообразие душевных движений героя. Он говорит «с жаром», «восторгом», «одушевлением», часто бледнеет и краснеет (сравним с Фомой Опискиным, который не краснеет никогда). В характеристиках ситуативных психологических проявлений дяди Ростанева преобладают позитивные эмоции, «несмотря на драматизм положения этого героя, он не только не трагичен сам по себе, но светел, ясен» [8, с. 159].

В образе сестры дядюшки Ростанева Прасковьи Ильиничны доминирующей чертой является ее «простоватая и безответная кротость» [5, с. 8]. В тексте присутствует только ее жестовый портрет, основной характеристикой героини является ее способность «уничтожаться перед теми, кого она полюбила» [5, с. 166]. Смиранный альтруизм до забвения себя придает Прасковье Ильиничне сходство с братом, но в ее случае, он усилен и является практически единственным характеризующим качеством.

Портреты детей Егора Ильича Ростанева – Сашеньки и Илюши не слишком подробны и выдержаны в идеализирующей манере. Внешне Саша и Илюша «прехорошенькие», выглядят «как ангелочки».

Портрет рассказчика Сергея Александровича лишен внешней конкретики и раскрывается, в основном, через поэтику жеста. Для Сергея Александровича характерна нескладность, порывистость движений от которой страдает его щекотливое юношеское самолюбие. Свое знакомство с домашними Егора Ильича он начинает с того, что спотыкается о ковер, а затем стоит, «покраснев как рак» [5, с. 42]. В дальнейшем он замечает о себе: «из движения моего ровно ничего не вышло путного» [5, с. 53]. Тему светской неуместности жеста своих героев Ф.М. Достоевский впоследствии неоднократно будет затрагивать в своих произведениях, например, в романе «Идиот». По-видимому, Достоевскому представлялось важным продемонстрировать неловкость своих персонажей; эта неловкость, с одной стороны, подчеркивает «демократизм» происхождения героев Достоевского, не имеющих телесной культуры, поколениями воспитывавшейся в старом русском дворянстве. О телесной культуре дворянства Ю.М. Лотман писал «способность споткнуться здесь связывается не с внешними условиями, а с характером и воспитанием человека» [9, с. 122]. С другой стороны, «неизящный» жест героев Достоевского отличает подлинность и непосредственность, в противоположность отрепетированному, выделанному аристократическому жесту.

Особняком в семье Ростаневых стоят образы «матушки-генеральши» Крахоткиной и Ивана Иваныча Мизинчикова. Оба персонажа тематически связаны с группой приживальщиков – именно генеральша вызвала засилье нахлебников в доме сына, а промотавшийся Мизинчиков рад пожить за чужой счет, пока обустроивает свои дела.

Описывая генеральшу, рассказчик Сергей Александрович не склонен щадить собственную бабушку; она изображена как «тощая и злая старуха, вся одетая в траур», ее злость вызвана «потерей последних (и прежде еще небогатых) умственных способностей» [5, с. 45]. Она «своевольна и капризна» [5, с. 140], говорит постоянно «взвизгивая», и имеет «две манеры злиться»: «молчаливую» и «красноречивую» [5, с. 45]. Мелочное тиранство по отношению к близким, скудость психологических реакций, преобладание негативных эмоций, демонстративное, аффектированное поведение сближает генеральшу с приживальщиками, речь с характерным «визгом» присуща всем этим персонажам.

Иван Мизинчиков, «Поль» Обноскин и Татьяна Ивановна связаны с авантюрной линией «невозможного» брака и образуют своеобразный любовный треугольник. Портреты Мизинчикова и Обноскина созданы по принципу антитезы: Мизинчиков «смугл, черноволос и довольно красив», «одет очень прилично» [5, с. 43], Обноскин с «белобрысыми, тонкими, тараканьими усами и неудавшейся клочковатой бороденкой», «костюм его <...> был как-то потерт и скуден, в лице его было что-то как будто тоже потертое» [5, с. 43]; автор «оригинальной» идеи похищения богатой невесты противопоставлен бледному подражателю.

Специфическими портретными характеристиками обладает группа приживальщиков, центральное место в которой занимает Фома Фомич Опискин. Фома Фомич имеет заурядную, малопривлекательную внешность: «мал ростом, белобрысый и с проседью, с горбатым носом и с мелкими морщинками по всему лицу».

На подбородке его была большая бородавка» [5, с. 65]. У него «маленькие», невыразительные глаза [5, с. 76]. Портрет Фомы Фомича явно противопоставлен «богатырской» внешности полковника Ростанева.

Появлению Фомы Фомича предшествует длительная экспозиция, в которой Достоевский прибегает к своему излюбленному приему изображения персонажа сквозь призму «чужого слова», имеющего резкую оценочную окрашенность. По отзывам других персонажей, облик Фомы Фомича сложно назвать располагающим к себе: «один только срам, а не лицо» [5, с. 23], «плюгавенький такой человек» [5, с. 32], «постная мина» [5, с. 152], «глуп, капризен, замарашка» [5, с. 58]. Тем не менее, Фома Фомич высокого мнения о собственной наружности: «Далеко не считаю себя красавцем, но <...> есть же что-нибудь в этом сером глазе <...>. Это мысль, это жизнь, это ум в этом глазе!» [5, с. 66].

Комическое несоответствие действительности и искаженного представления о себе как носителя «высокого, прекрасного, возвышенного» [5, с. 66] превращает Фому Фомича в «карнавального короля» села Степанчиково по выражению М.М. Бахтина [2, с. 97].

Костюм Фомы Фомича подчеркивает «домашнюю» локализацию приживальщика. Несмотря на присутствие дам, он является к чаю «в шлафроке, <...> и в туфлях» [5, с. 65], дядя Ростанев встречает его одетым «по-ночному, в туфлях и в колпаке» [5, с. 128], на именинах Илюши Фома предстает «без галстука» [5, с. 130]. Фома Фомич укоренен в домашней среде и не считает нужным поступаться комфортом ради формальных норм приличия. Каждый его выход за пределы дома Ростаневых воспринимается окружающими как аномалия и является потенциально скандальным. Если Фома Фомич и выходит за пределы дома, то только для того, чтобы «изобличить весь мир в его пакостях» [5, с. 139], будь то танец Фалалея или свидание дядюшки Ростанева с Настенькой. Фома угрожает уходом из дома «с палочкой» и демонстративно бросается в огород копать репу, «чтоб не попрекнули меня потом, что я даром хлеб ел» [5, с. 77].

Согласно Ю.Н. Тынянову, внешность, костюм и риторика Фомы Фомича являются пародией на Н.В. Гоголя и его «Выбранные места из переписки с друзьями» [12, с. 34]. При этом Достоевский создает образ Фомы как многосоставный, осложняя его дополнительными смысловыми коннотациями, находящими отражение в портретной характеристике «приживальщика из хлеба».

Несмотря на претензию на литературные дарования, Фома Фомич прежде всего оратор. В его портрете важную роль играют мимика и жесты, а также ситуативные характеристики, сопровождающие речевые проявления. Речевые акты Фомы Фомича имеют свойство протекать по двум вариантам: он либо находится в центре всеобщего почтительного внимания, в таком случае, он говорит «важно», «торжественно», «надменно», «с таинственной важностью», «с необыкновенным достоинством», «величавым равнодушием», либо он впадает в состояние оскорбленной амбиции и тогда он «визжит», «вопит», кричит».

Позы и жесты Фомы Фомича унифицированы и сведены к двум вариантам, как и его речь. Он может «развалясь» сидеть «в покойном кресле» [5, с. 16], в следующий момент он весьма энергично вскакивает, «убегает из комнаты и кричит, что его обидели» [5, с. 62]. В состоянии обиды Фома Фомич склонен не разговаривать, а «визжать» («он взвизгнул, как будто его начали резать» [5, с. 76], «вскричал он вдруг, с прибавкою какого-то необыкновенного визга» [5, с. 84].

Этот резкий переход от спокойствия к истерике, от неподвижности к активным действиям создает дополнительный комический эффект. Поведение Фомы Фомича как будто не предполагает оттенков, нюансов, переходных, промежуточных психологических состояний.

Для Фомы Фомича, в целом, характерен «конфликт между быть и казаться» [4, с. 2]. Его поведение носит отпечаток неискренности, выделанности, неестественности. Мимика и жесты героя работают на раскрытие мотива актерства, неискренности героя. Он встает в «положение оратора» [5, с. 147], «растопыряв руки» [5, с. 149], говорит «выделанно-слабым голосом» [5, с. 84].

Психологические реакции Фомы чаще всего связаны с выражением негативных эмоций, доминирующими среди которых являются злость, обида, наглость, презрение к окружающим: «злится, так что в нем вся душа скрипит» [5, с. 28], «вскричал <...> Фома <...> захлебываясь от злости» [5, с. 64], «мрачно на него покосился» [5, с. 68], «злобно улыбнулся» [5, с. 70], «сидел бледный от ярости» [5, с. 75] и т.д.

Присущие Фоме Фомичу портретные характеристики тематически связаны с чертами других приживальщиков в доме Ростаневых. Наиболее колоритной фигурой (после Фомы Фомича) в группе приживальщиков является Анна Ниловна Перепелицына: «безбровая <...> с маленькими плотоядными глазками, с тоненькими, как ниточка, губами» [5, с. 11], у нее «необыкновенно злое», «бескровное» лицо [5, с. 43]. Перепелицына не говорит, а «шипит», «пищит», у нее «неприятный голос» и «змеиные глазки».

Остальные безымянные приживальщики обозначены Ф.М. Достоевским как «не имеющие речей» [5, с. 130], но, тем не менее, они обладают рядом особенностей, перекликающихся с характеристиками Фомы Фомича и Перепелицыной: они все немолоды («пожилые приживалки», «безмолвные старухи-приживалки», «соседка-помещица, пожилая»); подобострастны перед «матушкой-генеральшей», но не пе-

ред хозяином дома, чьим гостеприимством пользуются; лицемерны («приживалки, по крайней мере с виду, разделяли всеобщий восторг» [5, с. 151]; ханжески набожны и суеверны («в ужасе ставили свечки, служили молебны, гадали на бобах и на картах, раздавали калачи в остроге» [5, с. 7]; быстро переходят от «почтительного» молчания к чрезвычайно громким «визгам» (все приживалки с визгами и стенаниями бросились ее подымать» [5, с. 141], «ахи и охи приживалок» [5, с. 139], «окружили ее, утешали, хныкали, визжали» [5, с. 142].

Издавать визг, вопли и «какие-то необыкновенные крики» [5, с. 79] – вообще отличительная черта приживальщиков села Степанчиково. «Визжать» – самый частотный глагол, используемый Достоевским применительно к образам данных персонажей, подчеркивающий их истерическую экзальтацию и неспособность к проявлению простых и естественных чувств.

Портреты гостей и обитателей села Степанчиково отражают черты пародирования гоголевской стилистики, такие как активное использование «говорящих» фамилий и анималистических метафор.

Достоевский наделяет своих персонажей фамилиями с семантикой скудости, бедности (*Обноскины*), ошибочности (*Опискин*), нелепости, странности (*Видоплясов*), небольшого размера, незначительности (*Крахоткина*, *Мизинчиков*), а также использует антропонимы, производные от названий растений (*Ежевикин*, *Бахчеев*), животных (*Коровкин*), птиц (*Перепелицына*).

Кроме того, Достоевский использует анималистические сравнения и метафоры для характеристики персонажей в тексте повести: «к ней являлись городские сороки с отчетами» [5, с. 7], «бабья напихалось как мух у варенья» [5, с. 28], «влюблен, как сибирский кот» [5, с. 28], «побагровел, как индейский петух» [5, с. 29], «надулся, как мышь на крупу» «заревел, как теленок» [5, с. 155] и т.д.

Изобилие отталкивающих и гротескных черт в портретах соседей и гостей семьи Ростаневых довершает образ провинциального паноптикума, на фоне которого по-настоящему человеческими выглядят лишь фигуры гувернантки Настеньки и эксцентричной Татьяны Ивановны. Бахчеев настолько толст, что «совсем разучился ходить» [5, с. 126], Ежовикин «с какой-то неопределенной, тонкой усмешкой на довольно толстых губах» [5, с. 50], у Обносина «тараканьи усы», Анфиса Петровна «распльившаяся барыня <...> нарумяненная и почти без зубов» [5, с. 43], Коровкин «с багровым, круглым лицом, с маленькими, налитыми кровью глазами» [5, с. 156].

У гувернантки Настасьи Евграфовны «милое лицо», «с пытливым, недоверчивым и даже робким взглядом» [5, с. 44]. В ее портрете Ф.М. Достоевский сочетает характерные для романтической традиции внешние черты, такие как «бледное лицо», «сверкающие глаза», с естественностью реакции и живой, подвижной мимикой.

Портрет Татьяны Ивановны примечателен своим динамизмом и сложностью, поскольку сочетает в себе черты неумного комического кокетства с простодушной искренностью и бескорыстием. Рассказ о ее печальной судьбе сообщается Сергеем Александровичем с явным сочувствием, он называет ее биографию «примечательной». «Лицо у ней было очень худое, бледное и высохшее, но чрезвычайно одушевленное» [5, с. 44] – способность к «одушевлению», «восторгу» является позитивным смысловым маркером в художественном мире Достоевского. Телесный и мимический портрет Татьяны Ивановны подчеркивает подвижность, стремительность движений героини: «промелькнула как ласточка» [5, с. 112], «порхнула к окну» [5, с. 49], «волновалась беспрерывно» [5, с. 44], она часто краснеет и смеется «детски-веселым» смехом.

Героиня смешна и «фантазмагорична» в своем помешательстве на кавалерах, но при этом симпатична и беззлобна; это своеобразная женская вариация типа мечтателя, введенного Достоевским в литературу в раннем творчестве. Портрет и смысловое наполнение образа Татьяны Ивановны также оттеняет главных героев повести Ростанева и Опискина. Как полковник Ростанев, Татьяна Ивановна становится жертвой своего желания видеть в людях только хорошее. Как Фоме Опискину ей пришлось испытать участь компаньонки «брюзгливейшей барыни в мире» [5, с. 120]. Но если униженное положение рождает у Татьяны Ивановны мечты «об ослепляющей красоте» [5, с. 121], то у Фомы Фомича – мстительное желание властвовать и утверждаться за счет окружающих.

Безобразию и неприглядности приживальщиков и гостей Степанчикова противопоставлены портреты крестьян, работников и слуг. Крестьяне отличаются пронизательностью в оценке Фомы Фомича: они «скоро поняли, в чем дело и кто настоящий господин» [5, с. 16]. Их портретные характеристики лаконичны, выдержаны в реалистическом ключе и имеют выраженный акцент на какую-либо специфическую деталь облика: «клинообразную» бородку, «которая так и ходила вся <...> точно она была живая сама по себе» [5, с. 34], «пребольшие седые бакенбарды» [5, с. 20], «педантски строгое выражение лица» [5, с. 22], «скорбное» лицо камердинера Гаврилы, бедность костюма «мужик <...> весь в заплатках», «худеньких лаптишек» [5, с. 35]. Портреты крестьян практически лишены гротескных преувеличений или уродливых деталей, присутствующих во внешности гостей и приживальщиков Степанчикова.

В группе крестьян, слуг и дворовых людей выделяется подробный портрет «поврежденного образовани-ем» [14, с. 6] лакея Григория Видоплясова, к становлению которого приложил руку Фома Опискин. Как отмечает К.В. Мочульский, Видоплясов задуман как «характер комический», но при этом, он не смешит [10, с. 305]. Его портрет описан детальнее, чем у многих героев повести, играющих более значительную роль в сюжете. Видоплясов наделен статическим экспозиционным портретом, поражающим большим количеством «неживых» деталей: «зеленоватый» цвет лица, «фарфоровый» нос, «выпученные», «стеклянные» глаза, заложенные ватой «тонкие, мягкие ушки» [5, с. 41]. В этом портрете будто подчеркнута неестественность, «кукольность» облика, он лишен красоты, жизни, движения. Человеческие реакции и чувства в нем словно выхолощены, остается только пресловутая «деликатность», карикатурно копирующая ложную «деликатность» дядюшки Ростанева [5, с. 41].

Мотивы неподвижности мимики, однообразия эмоциональных проявлений, неестественности сближают облик Видоплясова с портретами приживальщиков. Параллели Видоплясова с образами приживальщиков также проявляются через ольфакторные мотивы: вымытые «в розовой воде» «ручки» Видоплясова перекликаются с вымытыми в огуречном рассоле руками девицы Перепелицыной.

Также необходимо отметить портрет дворового мальчика Фалалея, на протяжении всей повести служившего объектом насмешек Фомы Фомича. Это «мальчик лет шестнадцати, прехорошенький собой» [5, с. 59], «с лицом красавицы деревенской девишки» [5, с. 60]. Помимо того, что Фалалей наделен красотой, молодостью, здоровьем, физической силой – качествами, отсутствующими в портретах приживальщиков, – у него есть талант к танцам: «он плясал с энергией, с неистощимой веселостью <...> до забвенья самого себя» [5, с. 63]. Способность отдаться творческому порыву, радость и любовь к жизни Ф.М. Достоевский обнаруживает в народной среде; ничего этого нет в доме Ростанева под мрачным гнетом приживальщиков.

Заключение

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Конструируя систему персонажей повести Ф.М. Достоевский ориентируется не на простоту и определенность физиогномических характеристик, а на создание сложных и многосоставных портретов [3, с. 196]. Писатель отдает предпочтение текучим, динамическим портретам, в ходе повествования постепенно дополняя и конкретизируя облик своих героев. Особое внимание в тексте уделяется выражению глаз, губ, прическе и костюму персонажей. При этом большое значение для портретной характеристики имеет процесс говорения; речь сопровождается указаниями на психологическое состояние, настроение, мимику, жестикуляцию.

Систему персонажей повести можно разделить на 4 группы, организованные по принципам сопоставления и контраста. Портреты героев внутри групп обладают сходными характеристиками и тематически связаны между собой.

1. Семейная группа Ростанева наделена идеализирующими портретными характеристиками. Героям данной группы присущи красота, сила, непосредственность поведения, широкий эмоциональный диапазон, подвижность, динамичность, разнообразие мимики и жеста, являющиеся позитивно маркированными особенностями в художественном мире Достоевского.

2. Создавая портреты группы приживальщиков, Достоевский использует прием параллелизма, распространяя качества, свойственные Фоме Опискину, на прочих героев группы. Нахлебников Степанчикова объединяет внешнее безобразие, невзрачность, ханжество, истерическая экзальтация, неспособность к проявлению положительных эмоций, эмоциональная бедность, пластическая статичность, однообразие и наигранность жестов и мимики.

3. Портреты соседей и гостей села Степанчикова объединяют мотивы странности, гротескности, безобразия, фантазмагоричности. Карикатурность облика данных героев подчеркнута обилием анималистических сравнений и метафор.

4. Крестьяне, слуги и работники Степанчикова – группа персонажей, представляющая собой репрезентацию народной среды в повести. Учитывая почвеннические взгляды Ф.М. Достоевского, эта группа имеет особое значение для понимания авторского замысла и системы оценок действующих лиц. Портреты крестьян и работников Степанчикова лаконичны и выдержаны в строгой реалистической манере, а также практически лишены гротескных деталей (за исключением лакея Видоплясова).

Очевидно, при создании портретов персонажей повести «Село Степанчиково и его обитатели» эстетически значимыми Ф.М. Достоевскому представлялись категории:

- телесной динамики / статики;
- многообразия / скудости эмоциональных проявлений;
- естественности / искусственности мимики и жеста.

Через систему портретных характеристик Ф.М. Достоевский выражает представление о прекрасном, заключающемся в красоте движения (грации). Подвижность, многообразие и непосредственность мимики,

пластики, жестов, широкая эмоциональная палитра связываются с живостью внутреннего мира героя и выступают как благоприятная характерологическая черта (портреты Ростанева, Саши и Илюши, Настеньки Ежовиной).

Безобразия, напротив, выражаются в статичности, ограниченности, искусственности мимики, жестов и поз, а также преобладании одной-двух эмоций (Фома Фомич, генеральша Крахоткина, Перепелицына, Обносники). Духовная искаженность, скованность, ограниченность персонажа влечет за собой внешнюю статику, карикатурность и неприглядность облика.

К перспективам дальнейшего исследования относится выявление формальной специфики художественной репрезентации личности в творчестве Ф.М. Достоевского. В частности, перспективными представляются исследования тематических и мотивных комплексов, связываемых автором с описанием внешности персонажа.

Литература

1. Архипова А.В., Серман И.З., Соломина Н.Н., Юдина И.М. Комментарии: Ф.М. Достоевский. Село Степанчиково // Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений в 30 т. Л.: Изд-во «Наука», 1972. Т.3. С. 510-530.
2. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. М.: Советский писатель, 1963. 167 с.
3. Богданов К.А. Врачи, пациенты, читатели: патографические тексты русской культуры XVIII-XIX веков. М.: ОГИ, 2005. 504 с.
3. Вороничева О.В. Символика хронотопических характеристик приживальщика в повести Ф.М. Достоевского «Село Степанчиково» // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. № 4. С. 1 – 6.
4. Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Село Степанчиково и его обитатели. Л.: Изд-во «Наука», 1972. Т. 3. 543 с.
5. Кричевская Л.И. Портрет героя. М.: АО «Аспект-Пресс», 1994. 186 с.
6. Литературный энциклопедический словарь / под общ. ред. В.М. Кожевникова, П.А. Николаева. М.: Советская энциклопедия, 1987. 751 с.
7. Лотман Л.М. «Село Степанчиково» Достоевского в контексте литературы второй половины XIX в. // Достоевский. Материалы и исследования. Л.: Издательство «Наука», 1987. Т.7. С. 152 – 165.
8. Лотман Ю.М. Беседы о русской культуре: быт и традиции русского дворянства (XVIII – начало XIX века). СПб: Азбука, Азбука-Аттикус, 2017. 544 с.
9. Мочульский К.В. Гоголь. Соловьев. Достоевский / сост. и послесл. В.М. Толмачева. М.: Республика, 1995. 606 с.
10. Страхов И.В. Психология литературного творчества. М.: Издательство «Институт практической психологии», Воронеж: НПО «МОДЭК», 1998. 384 с.
11. Тынянов Ю.Н. Достоевский и Гоголь. К теории пародии. Петроград: Издание «ОПОЯЗ», 1921. 48 с.
12. Уртминцева М.Г. Говорящая живопись (Очерки истории литературного портрета): Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского ун-та, 2000. 121 с.
13. Утехин Н.П. Комические повести и рассказы Достоевского // Достоевский Ф.М. Село Степанчиково и его обитатели. М.: Сов. Россия, 1986. С. 3-32.
14. Эстетика: словарь / под общ. ред. А.А. Беляева и др. М.: Политиздат, 1989. 447 с.

References

1. Arhipova A.V., Serman I.Z., Solomina N.N., Judina I.M. Kommentarii: F.M. Dostoevskij. Se-lo Stepanchikovo. Dostoevskij F.M. Polnoe sobranie sochinenij v 30 t. L.: Izd-vo «Nauka», 1972. T.3. S. 510-530.
2. Bahtin M.M. Problemy pojetiki Dostoevskogo. M.: Sovetskij pisatel', 1963. 167 s.
3. Bogdanov K.A. Vrachi, pacienty, chitateli: patograficheskie teksty russkoj kul'tury XVIII-XIX vekov. M.: OGI, 2005. 504 s.
3. Voronicheva O.V. Simvolika hronotopicheskikh harakteristik prizhival'shhika v povesti F.M. Dostoevskogo «Selo Stepanchikovo». Nauchno-metodicheskij jelektronnyj zhurnal «Koncept». 2016. № 4. S. 1 – 6.
4. Dostoevskij F.M. Polnoe sobranie sochinenij: v 30 t. Selo Stepanchikovo i ego obitateli. L.: Izd-vo «Nauka», 1972. T. 3. 543 s.
5. Krichevskaja L.I. Portret geroja. M.: AO «Aspekt-Press», 1994. 186 s.
6. Literaturnyj jenciklopedicheskij slovar'. pod obshh. red. V.M. Kozhevnikova, P.A. Nikolaeva. M.: Sovetskaja jenciklopedija, 1987. 751 s.
7. Lotman L.M. «Selo Stepanchikovo» Dostoevskogo v kontekste literatury vtoroj poloviny XIX v. Dostoevskij. Materialy i issledovanija. L.: Izdatel'stvo «Nauka», 1987. T.7. S. 152 – 165.

8. Lotman Ju.M. Besedy o russkoj kul'ture: byt i tradicii russkogo dvorjanstva (XVIII – nachalo XIX veka). SPb: Azbuka, Azbuka-Attikus, 2017. 544 s.
9. Mochul'skij K.V. Gogol'. Solov'ev. Dostoevskij. cost. i poslesl. V.M. Tolmacheva. M.: Respub-lika, 1995. 606 s.
10. Strahov I.V. Psihologija literaturnogo tvorcestva. M.: Izdatel'stvo «Institut prakticheskoj psihologii», Voronezh: NPO «MODJeK», 1998. 384 s.
11. Tynjanov Ju.N. Dostoevskij i Gogol'. K teorii parodii. Petrograd: Izdanie «OPOJaZ», 1921. 48 s.
12. Urtminceva M.G. Govorjashhaja zhivopis' (Ocherki istorii literaturnogo portreta): Nizhnij Novgorod: Izd-vo Nizhegorodskogo un-ta, 2000. 121 s.
13. Utehin N.P. Komicheskie povesti i rasskazy Dostoevskogo. Dostoevskij F.M. Selo Stepanchikovo i ego obitatei. M.: Sov. Rossiya, 1986. S. 3-32.
14. Jestetika: slovar'. pod obshh. red. A.A. Beljaeva i dr. M.: Politizdat, 1989. 447 s.

*Struk A.A., Senior Lecturer,
Pacific National University*

**The system of portraits in the story by F.M. Dostoevsky
"The village of Stepanchikovo and its inhabitants"**

Abstract: the purpose of the study is to identify hidden thematic connections and contradictions between the characters realized in the text of F.M. Dostoevsky's novella "The village of Stepanchikovo and its inhabitants" through a system of portrait characteristics. The study was conducted based on descriptive and comparative **methods** of literary text research. **The results** of the scientific research showed that the portraits of the heroes of the story can be divided into 4 semantic groups organized according to the principles of comparison and contrast. The Rostanov family and a group of peasants endowed by the author with conditionally positive portrait characteristics are contrasted with Stepanchikov's hangers-on and guests, whose appearance is characterized by ugliness, caricature, grotesqueness. As a **result** of the research, it can be concluded that when creating portraits of characters, such categories as bodily dynamics/statics, diversity/scarcity of emotional manifestations, naturalness/artificiality of facial expressions and gestures seemed aesthetically significant to F.M. Dostoevsky.

Keywords: F.M. Dostoevsky, "The village of Stepanchikovo and its inhabitants", portrait of the hero, character system, dynamic portrait

For citation: Struk A.A. The system of portraits in the story by F.M. Dostoevsky "The village of Stepanchikovo and its inhabitants". Philological Sciences Bulletin. 2023. 3 (8). P. 191 – 198.

Received: July 10, 2023; Revised: August 6, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Чудинова Е.В., кандидат педагогических наук, доцент,
Липецкий филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации,
Шурупова О.С., доктор филологических наук, доцент,*

Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского

Концепты “supernatural” («сверхъестественное») и “outsider” («чужак») в одноименном романе Стивена Кинга

Аннотация: в данной статье подвергнуты исследованию значимые концепты, получающие языковую репрезентацию в романе американского писателя С. Кинга «Чужак». Цель статьи – выявить особенности их языкового воплощения и интерпретации в пределах текста. Реализация этой цели предполагает решение следующих задач: 1) рассмотреть понятие концепта в когнитивной лингвистике и в художественной литературе, основные подходы к пониманию концепта; 2) выявить основные группы ключевых слов в романе С. Кинга «Чужак»; 3) описать информационное содержание и ассоциативное поле двух базовых концептов романа “supernatural” («сверхъестественное») и “outsider” («чужак»); 4) сформулировать глобальный концепт данного литературного произведения. В статье выявлены две основные группы ключевых слов, одна из которых связана с языковым воплощением концепта “supernatural” («сверхъестественное»), другая – концепта “outsider” («чужак»). Авторское понимание концептов получает в романе воплощение с помощью метафор. В ходе исследования применялись методы описания, анализа, синтеза, а также методика компонентного анализа и методика анализа словарных дефиниций. Полученные результаты могут быть использованы в дальнейших исследованиях как творчества С. Кинга, так и англоязычной литературы в целом, а также в вузовском преподавании языкознания и курсов по лингвокультурологии, зарубежной литературе и теории перевода.

Ключевые слова: концепт, художественный текст, базовые концепты, глобальный концепт, “supernatural” («сверхъестественное»), “outsider” («чужак»)

Для цитирования: Чудинова Е.В., Шурупова О.С. Концепты “supernatural” («сверхъестественное») и “outsider” («чужак») в одноименном романе Стивена Кинга // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 199 – 203.

Поступила в редакцию: 1 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 5 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Понятие «концепт» является одним из основных в когнитивной лингвистике. В данной статье мы опираемся на понятие «концепт», предложенное Т.А. Талаповой: «Концепты – это кванты знаний в сознании человека, окруженные эмоциональным, экспрессивным, оценочным ореолом, отражающие содержание всей человеческой деятельности» [5, с. 29]. Хотя взгляды ученых на структуру концепта различаются, все они приходят к выводу о том, что он включает в себя информационное содержание, образный компонент и интерпретационное поле [2, с. 139]. Хотя термины «понятие» и «концепт» близки друг к другу, существуют и значительные различия: «В отличие от просто понятий, которые определяются в системах частных наук и в общем виде логике, концепты не только определяются, но и переживаются, – они имеют эмоциональную и художественную компоненту» [4, с. 41-42].

Однако понятие «концепт» в художественной литературе трактуется несколько по-другому, так как автор художественного произведения вкладывает в тот или иной концепт свой дополнительный смысл: «Художник не просто использует, а по-своему осмысляет выработанные в культуре концепты, он как бы заново переоткрывает содержание концепта» [6, с. 203]. Так, например, в качестве примеров можно привести концепты «человек в футляре», «тургеневская девушка», «Раскольников» и многие другие, получившие свое содержание благодаря классической русской литературе. При этом, как указывает в своей статье З.Д. Асратян, «в художественной литературе мы встречаем как когнитивные концепты различных понятий, так и глобальный концепт всего произведения, который в литературоведении рассматривается как его основная идея» [1, с. 36].

С нашей точки зрения, интересным представляется описать концептосферу романа С. Кинга «Чужак». Для этого необходимо выявить ключевые слова в романе С. Кинга «Чужак», рассмотреть и проанализировать базовые концепты и сформулировать глобальный концепт. Для выявления ключевых слов необходимо учитывать «их частотность и употребление в сильных позициях» [1, с. 37].

Анализ романа С. Кинга позволил выявить две основные группы ключевых слов. Первая группа состоит из слов, значение которых связано с темой сверхъестественного, такие как *outsider* / чужой (7), *strange* / странный (7), *afraid* / бояться (7), *fear* / страх (7), *awful* / ужасный (6), *weird* / странный, извращенный (6), *unnatural* / неестественный (5), *unusual* / необычный (5), *inexplicable* / необъяснимый (5), *oddities* / странности (4), *horror* / ужас (4), *nightmare* / кошмар (4), *mad* / сумасшедший (4), *impossible* / невозможный (3), *incredible* / невероятный (3), *mystery* / тайна (2), *riddle* / загадка (2), *hoax* / розыгрыш (2), *bullshit* / чушь (2), *delusion* / заблуждение (2), *imagination* / воображение (2). Чтобы рассмотреть информационное содержание концепта “supernatural” в английской и американской лингвокультуре, обратимся к соответствующим толковым словарям и энциклопедиям. Так, словарь “Oxford Languages” [9] дает следующее определение слову “supernatural”:

Adjective / имя прилагательное:

(of a manifestation or event) attributed to some force beyond scientific understanding or the laws of nature / признак явления или события, приписываемый какой-то силе, находящейся за пределами научного понимания или законов природы.

Noun / имя существительное:

manifestations or events considered to be of supernatural origin, such as ghosts / проявления или события, считающиеся сверхъестественными, например призраки.

Словарь “Cambridge Dictionary” [7] предлагает следующее толкование:

Adjective / имя прилагательное:

caused forces that cannot be explained by science / вызванный силами, не поддающимися научному объяснению.

Noun / имя существительное:

things that cannot be explained by science / явления, необъяснимые с точки зрения науки.

Таким образом, в обоих словарях значение слова “supernatural” связано прежде всего с тем фактом, что какое-то явление или событие не может быть объяснено научно. Что касается ассоциаций к слову “supernatural” в американском английском языке, то их анализ позволяет создать следующую модель ассоциативного поля данного концепта: в ядерную зону входит признак, связанный с принадлежностью к другому миру (*unwordly*, *vision*, *paranormal*, *astral*, *ghostliness*, *near-death-experience* / неземное, видение, паранормальное, астральное, призрачное, почти смертельное). В ближнюю периферию входят действия, относящиеся к иной реальности: *clairvoyantly*, *exorcism*, *levitate* / ясновидение, экзорцизм, левитация. К дальней периферии относятся понятия, связанные с колдовством: *black mess*, *occult*, *ghoul* / черная месса, колдовство, упырь.

Однако ключевые слова, выделенные в романе С. Кинга и относящиеся к теме сверхъестественного, указывают, что писатель интерпретирует данный концепт несколько по-другому. В интерпретации Кинга сверхъестественное не просто необъяснимо с научной точки зрения. Оно всегда вызывает страх, ужас, становится предметом ночных кошмаров, разрушает повседневную реальность. Для того, чтобы поверить в сверхъестественное, нужна определенная доля безумия. Один из главных героев романа, Ральф, не хочет верить в фантастические версии: “And part of me still wants to believe that. The alternative turns everything I thought I understood about the world I live in upside down” / «И часть меня все еще хочет в это верить. Этот выбор переворачивает с ног на голову все, что, как мне казалось, я понимал о мире, в котором живу» [8, с. 340].

Чтобы объяснить феномен сверхъестественного, Стивен Кинг прибегает к метафорам (“Footsteps and santaloupe” / «Следы и мускусная дыня»). Первая метафора связана с историей о молодоженах и о том, как молодая жена потеряла в пустыне своего мужа. Она шла по его следам, но потом его следы обрывались. Вторая метафора связана с историей про дыню, которая с виду была абсолютно нормальной, с целой кожурой. Но когда ее разрезали, внутри копошились личинки и мухи. “Actually, Ralph thought as he ended the call, it’s a santaloupe. And the damn thing is full of maggots” / «Закончив разговор, Ральф подумал: “Это, на самом деле, мускусная дыня. И эта проклятая штука полна личинок”» [8, с. 187]. Еще одна метафора, которую С. Кинг использует в романе для иллюстрации феномена сверхъестественного, – это образ бесконечности Вселенной: “No end to the Universe”» [8, с. 298].

Следует подчеркнуть, что эти метафоры были использованы автором в сильной позиции (названия глав), что также указывает на их особое значение.

Таким образом, сверхъестественное, необъяснимое у Кинга почти всегда неприятно, ужасно, вызывает отвращение, страх, приносит горе (исчезнувший муж, дыня с личинками и мухами). Модель ассоциативного поля данного концепта меняется: в ядерную зону входит признак, связанный с принадлежностью к другому миру, в приядерную зону входят концепты “outsider” («чужак»), “footsteps in the sand” («следы на пес-

ке») и “cantaloupe full of maggots” («дыня, полная личинок») в качестве примеров сверхъестественного. К ближней периферии относятся слова, обозначающие негативные эмоции, ужас, страх, отвращение.

Сверхъестественному в романе противопоставлено естественное, нормальное – “the natural”. У С. Кинга естественной является сама человеческая жизнь со своими радостями и заботами: пожилой мужчина гуляет с собакой после ужина с женой. Женщина с двумя дочками пришла поддержать своего мужа – тренера на бейсбольный стадион. Молодой мужчина победил склонность к наркомании и заботится о своей больной матери. Эта обычная человеческая жизнь, в которой много внимания уделяется семье, родным и близким, меняется с появлением чужака: люди испытывают ужас, ненависть, любопытство, желание отомстить за его преступления.

Итак, перейдем ко второй группе слов, которая относится к образу чужака (концепт “outsider” / «чужак»). Рассмотрим их подробнее. Это слова, относящиеся:

1) к внешнему облику чужака: “His hair was short and black and standing up. His face was lumpy, like Play-Doh. He had straws for eyes” / «Волосы у него были короткие, черные и стояли дыбом. Его лицо было бугристым, как пластилин. Вместо глаз у него были соломинки» [8, с. 180], “most of his features blanked out by what were probably old burn scars” / «большинство его черт затемнено тем, что, вероятно, было старыми шрамами от ожогов» [8, с. 135], “or maybe it wasn’t a man at all. The features were crude, as if punched into being by a blind sculptor. And the eyes were straws” / «а может быть, это вообще был не человек. Черты лица были грубыми, как будто слепой скульптор создал их. И глаза были соломинками» [8, с. 153]; «a hand as hot as a hot water bottle” / «рука горячая, как грелка» [8, с. 189], «the man with the horrible burns on his face and the tattoos on his hands» / «мужчина с ужасными ожогами на лице и татуировками на руках» [8, с. 197], «bugaboo of pubescent American girls. He’d be tall and grave in his black suit, his face like a lamp, and carrying a bag big» / «Жупел для американских девочек-подростков. Он был бы высок и серьезен в своем черном костюме, с лицом, похожим на лампу, и с большой сумкой» [8, с. 200], “a badly disfigured man” [8, с. 202]; “his ankles were riddled with red blotches that might have been psoriasis” / «его лодыжки были покрыты красными пятнами, которые могли быть псориазом» [8, с. 237];

2) к способностям и действиям чужака: “he can’t cast a reflection and probably wouldn’t show up in TV news footage” / «Он не отбрасывает отражения и, вероятно, не сможет появиться на телеэкране» [8, с. 130]; он способен копировать людей: “He may move around from time to time, but mostly he stays in a pre-selected den for a certain length of time, resting, while the change takes place” / «Время от времени он может передвигаться, но, как правило, он остается на определенное время в заранее выбранной берлоге, отдыхая, пока происходит изменение» [8, с. 281]. [8, с. 281]. Он убивает детей и питается человеческим горем: “When she started to cry, he said it was good that she was sad” / «Когда она расплакалась, он сказал, что это хорошо, что ей грустно» [8, с. 273];

3) к его характеристикам: monster / монстр, zombie / зомби, supernatural creature / сверхъестественное существо, murderer / убийца, El Cuco / Эль Куко, Pumpkinhead / Тыквоголовый.

Чтобы выявить своеобразие авторской трактовки концепта “outsider”, рассмотрим сначала информационное содержание этого концепта в английской и американской лингвокультуре. Так, словарь “Oxford Languages” [9] дает следующие определения слову:

“A person who does not belong to a particular circle, community, profession, etc.; a person originating from elsewhere” / «Человек, не принадлежащий к определенному кругу, сообществу, профессии и т.д.; человек, происходящий из другого места».

Согласно словарю “Cambridge Dictionary” [7] слово “outsider” имеет два значения:

“1. a person who is not involved with a particular group of people or organization or who does not live in a particular place / человек, который не принадлежит к конкретной группе людей или не является жителем конкретной местности;

2. a person who is not liked or accepted as a member of a particular group, organization, or society and who feels different from those people who are accepted as members / человек, которого не любят и не принимают в той или иной группе людей, организации, обществе и который чувствует себя не таким, как люди, которых там принимают”.

Как видно из определений, первое значение слова “outsider” нейтрально, оно означает всего лишь неучастие человека в какой-либо деятельности и не содержит каких-либо оценочных негативных компонентов.

Однако модель, которая просматривается в романе С. Кинга, представляет концепт “outsider” иначе: ядерную зону образует признак, связанный с отвращением и ужасом, которые вызывает аутсайдер; приядерная зона – это действия аутайдера, вызывающие отвращение; ближняя периферия – это сверхъестественные способности и внешность аутайдера, дальняя периферия – его происхождение,

которое не объяснено в романе. Так, данный концепт в романе Кинга реализует признаки, сближающие его с концептами “murderer” («убийца») или “beast” («чудовище»), так как главным его признаком становятся отвратительные, преступные действия.

В качестве антипода чужака выступают Холли Гибни – женщина-детектив, и Ральф Андерсен, главный герой романа. Им удается обезвредить и уничтожить чудовище. Интересно, что эти два героя воплощают в себе идеи нормальности и необычности. Так, Ральф Андерсен совершает большую ошибку в начале романа, так как не верит в сверхъестественное, и эта ошибка приводит к смерти невинного человека. Он не обладает какими-то необычными способностями, но вызывает симпатию качествами своего характера, порядочностью, целеустремленностью, смелостью. В отличие от него Холли Гибни помогает найти преступника, полагаясь на свою интуицию и веру в сверхъестественное, паранормальное. Вместе с тем, сама женщина-детектив является отчасти аутсайдером из-за своего характера и болезней: “eccentric and a little obsessive-compulsive” [8, с. 301]. Так С. Кинг воплощает идею о том, что необычные люди необязательно являются злом.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что концептосферы “supernatural” и “outsider” в романе пересекаются. Аутсайдер (в переводе романа на русский язык – «чужак» [3]) является примером необычного, отличающегося от нормы. С другой стороны, необычность, сверхъестественность является одним из признаков аутайдера. Аутсайдер, являясь частью сверхъестественного, совершает преступления и вызывает отвращение. И наоборот, преступления, совершенные аутсайдером, являются отклонением, не свойственными человеку.

Проведенный нами анализ позволяет сформулировать глобальный концепт романа: преступления, зло и насилие – это неестественно, уродливо, безумно, ненормально.

Выводы

Таким образом, можно с уверенностью говорить о том, что исследование базовых концептов романа С. Кинга «Чужак» позволяет более глубоко постичь смысл текста, который передает негативное отношение автора к насилию. Концепты “supernatural” («сверхъестественное») и “outsider” («чужак»), реализуя в тексте как присущие им в английской языковой картине мира, так и дополнительные признаки, позволяют С. Кингу выразить свойственное ему мироощущение.

Литература

1. Асратян З.Д. Концепт в художественном произведении // Культура и цивилизация. 2017. Т. 7. № 3А. С. 35 – 42. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-culture-2017-3/4-asratyan.pdf> (дата обращения: 27.07.2023)
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград., 2002. 477 с.
3. Кинг Стивен. Чужак: пер. с англ Т. Покидаевой. Москва: Издательство АСТ, 2021. 627 с.
4. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Москва: Языки русской культуры, 1997. 824 с.
5. Талапова Д.А. Концепт «Вера/неверие» в русской языковой картине мира: дис. ... канд. филолог. наук / Хакасский государственный университет. Абакан, 2009. 193 с.
6. Тильман Ю.Д. «Душа» как базовый культурный концепт в поэзии Ф.И. Тютчева // Фразеология в контексте культуры. М.: Языки русской культуры, 1999. С. 203 – 212.
7. Cambridge Academic Content Dictionary. American English. Cambridge, 2008. 1156 p.
8. King Stephen. The Outsider / Stephen King / New York: Scribner, 2018. 448 p.
9. Oxford Advanced Learner’s Dictionary. Eighth Edition. Oxford: Oxford University Press, 2010. 1796 p.

References

1. Asratjan Z.D. Konzept v hudozhestvennom proizvedenii. Kul'tura i civilizacija. 2017. T. 7. № 3A. S. 35 – 42. [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-culture-2017-3/4-asratyan.pdf> (data obrashhenija: 27.07.2023)
2. Karasik V.I. Jazykovoju krug: lichnost', koncepty, diskurs. Volgograd., 2002. 477 s.
3. King Stiven. Chuzhak: per. s angl T. Pokidaevoj. Moskva: Izdatel'stvo AST, 2021. 627 s.
4. Stepanov Ju.S. Konstanty. Slovar' russkoj kul'tury. Moskva: Jazyki russkoj kul'tury, 1997. 824 s.
5. Talapova D.A. Konzept «Vera/neverie» v russkoj jazykovoju kartine mira: dis. ... kand. filolog. Nauk. Hakasskij gosudarstvennyj universitet. Abakan, 2009. 193 s.
6. Til'man Ju.D. «Dusha» kak bazovyj kul'turnyj koncept v poezzii F.I. Tjutcheva. Frazeologija v kontekste kul'tury. M.: Jazyki russkoj kul'tury, 1999. S. 203 – 212.
7. Cambridge Academic Content Dictionary. American English. Cambridge, 2008. 1156 p.
8. King Stephen. The Outsider. Stephen King. New York: Scribner, 2018. 448 p.
9. Oxford Advanced Learner’s Dictionary. Eighth Edition. Oxford: Oxford University Press, 2010. 1796 p.

*Chudinova E.V., Candidate of Pedagogic Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Lipetsk branch,
Shurupova O.S., Doctor of Philological Sciences (Advanced Doctor), Associate Professor,
Lipetsk State Pedagogical University named after P.P. Semenov-Tyan-Shansky*

The concepts of “supernatural” and “outsider” in the novel of the same name by Stephen King

Abstract: this article examines the significant concepts that receive linguistic representation in the novel “The Outsider” by an American writer S. King. The purpose of the article is to reveal the features of their linguistic embodiment and interpretation within the text. The implementation of this goal involves the solution of the following tasks: 1) to consider the concept of a concept in cognitive linguistics and in fiction, the main approaches to understanding the concept; 2) identify the main groups of keywords in the novel “The Stranger” by S. King; 3) describe the information content and associative field of the two basic concepts of the novel “supernatural” and “outsider”; 4) to formulate the global concept of this literary work. The article identifies two main groups of keywords, one of which is associated with the linguistic embodiment of the concept of “supernatural”, whereas the other one is connected with the concept of “outsider”. The author’s understanding of concepts is embodied in the novel with the help of metaphors. In the course of the study, methods of description, analysis, synthesis, as well as the method of component analysis and the method of analysis of dictionary definitions were used. The results obtained can be used in further studies of both S. King's works and English-language literature in general, as well as in university teaching of linguistics and courses in linguoculturology, foreign literature and translation theory.

Keywords: concept, literary text, basic and global concepts, “supernatural”, “outsider”

For citation: Chudinova E.V., Shurupova O.S. The concepts of “supernatural” and “outsider” in the novel of the same name by Stephen King. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 199 – 203.

Received: July 1, 2023; Revised: August 5, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Абраменко Е.В., кандидат филологических наук, доцент,
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),
Сулейманова К.А.,
Санкт-Петербургский государственный электротехнический
университет «ЛЭТИ» имени В.И. Ульянова (Ленина)*

К вопросу о средствах эвфемизации речи (на примере интернет-изданий (BBC, The Guardian, The Sun))

Аннотация: актуальность изучения эвфемизации обусловлена интенсивным использованием этого явления в различных жанрах в последние десятилетия. Они особенно распространены в таких сферах, как СМИ и этикетная форма общения. История формирования этого лингвистического явления, а также его употребление в реальных жизненных ситуациях вызывают особый интерес. В английском языке эвфемизмом называется нейтральное по смыслу и эмоциональной окраске слово или описательное выражение, которые часто используются в текстах и публичных высказываниях для замены других слов и выражений, считающихся неприемлемыми или неуместными. Цель исследования состоит в изучении средств эвфемизации речи (на примере интернет-изданий (BBC, The Guardian, The Sun)).

Для достижения поставленной цели была решена задача, связанная с рассмотрением основных средств эвфемизации речи.

Практическая ценность исследования состоит в том, что материалы данного исследования, а также выводы и результаты могут быть использованы в практике вузовского преподавания различных языковых дисциплин.

Ключевые слова: изучение, эвфемизм, эвфемизация, средство, речь, СМИ

Для цитирования: Абраменко Е.В., Сулейманова К.А. К вопросу о средствах эвфемизации речи (на примере интернет-изданий (BBC, The Guardian, The Sun)) // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 204 – 209.

Поступила в редакцию: 18 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 13 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Как известно, эвфемизмы широко используются в современной англоязычной прессе, что делает ее отличным материалом для исследования функционирования и перевода этих языковых средств. При выборе газетных текстов для анализа были учтены несколько факторов. Во-первых, материал должен был быть доступен для свободного просмотра, поэтому были выбраны такие интернет-издания, как BBC, The Guardian и The Sun. Во-вторых, эти издания имеют широкую аудиторию, что говорит о том, что эвфемизмы, употребляемые в статьях, понятны и близки читателям. Кроме того, отсутствие платы за пользование указанных ресурсов позволяет сделать вывод о том, что они являются одними из наиболее популярных источников новостной информации.

Для определения эвфемизмов в тексте англоязычной прессы нами были выбраны словари «A Dictionary of Euphemisms. How Not to Say What You Mean» [7], «A Dictionary of Euphemisms and Other Doubletalk» [6] и «Англо-русский словарь табуированной лексики и эвфемизмов» [5], чаще всего во время поиска эвфемизмов в статьях англоязычной прессы мы обращались к словарю Р. Холдера, так как он является одним из последних лексикографических изданий подобного типа (2002 год издания).

Для подбора материала для анализа был использован метод глобального поиска на сайтах, указанных выше интернет-изданий. Было просмотрено около 200 статей, но лишь некоторые из них были отобраны методом контролируемой выборки, так как содержали в себе примеры использования 100 эвфемистических единиц. Стоит отметить, что не все эвфемизмы были отобраны, так как часть из них могла употребляться в прямом значении или в другом контексте, что снимало с них эффект эвфемизации.

Изучение словарей дало нам возможность сделать вывод о том, что большинство эвфемизмов относится к категории «социальных эвфемизмов», как определяет их Л.П. Крысин [1]. Эти эвфемистические единицы позволяют мягче и культурнее выражать информацию, связанную с темами, которые обычно считаются табуированными в обществе [5].

Давайте начнем анализ эвфемизмов с использования классификации, предложенной Крысиным Л.П. [3], которая позволит легче выделить особенности перевода. Разбиение эвфемизмов на категории значительно упростит работу с ними, что будет подробно рассмотрено далее. Сосредоточимся на личных эвфемизмах,

которые в выбранных материалах представлены двумя категориями: «отношения между полами» и «болезнь, смерть, похороны».

1. В ходе анализа текстов статей были выявлены употребления эвфемизмов, относящихся к категории «отношения между полами»:

*The broadcaster said it had investigated in 2020 but found no evidence of the **affair** beyond “rumour”* [8].

Телекомпания заявила, что провела расследование в 2020 году, но не нашла никаких доказательств этой **интрижки**, кроме «слухов».

В приведенном примере эвфемизм «*affair*» применяется в качестве общепринятого термина для описания сексуальных отношений за пределами установленной пары. Это слово весьма распространено, особенно в «желтой прессе», и применяется в подобных контекстах с 1975 года, став привычным для носителей английского языка [7].

*But chief executive Iain Graham called back, and arranged for Steve to be registered as a **hermaphrodite*** [8].

Симпсон называли дешевой авантюристкой, лесбиянкой, нимфоманкой, нацистской шпионкой и **гермафродитом**.

В данном контексте эвфемизм «*hermaphrodite*» был использован для скрытия нежелательного или оскорбительного значения, связанного с термином «двуполый». Такое заимствование из французского языка представляет собой яркий пример замены негативно окрашенного слова на имя собственное. В русском языке существует общепринятый эквивалент этого слова – «гермафродит», который используется в том же значении.

*Using privacy screens from Amazon, the momfluencer described the trick as a cheap way to get privacy from **Peeping Toms*** [10].

Используя экраны конфиденциальности от Amazon, мамочка-блогер описала этот трюк как дешевый способ получить конфиденциальность от **вуайеристов**.

Эвфемизм «*Peeping Tom*» позволяет заменить непристойное слово «*voyeur*», которое описывает людей, скрытно наблюдающих за обнаженными, на более приемлемое выражение. Этот эвфемизм является типичным примером использования имени собственного для скрытия неприличного значения слова.

*The morning session didn't go well; Richard laid down half a dozen tracks, but none of them managed to capture his **ambisexual** lightning* [9].

Утренняя сессия прошла неудачно; Ричард записал полдюжины треков, но ни одному из них не удалось передать его **амбисексуальную** молниеносность.

Эвфемизм «*ambisexual*» используется для описания людей, которые испытывают сексуальное влечение к обоим полам, то есть бисексуалов. Это слово может использоваться для смягчения более прямолинейного термина «*bisexual*», который может звучать неприлично или оскорбительно для некоторых людей. В словаре Кудрявцева А.Ю. указан синоним этого эвфемизма – «*ambidexter*» [5].

Мы выявили четыре эвфемизмов, связанных с темой половых отношений: «*affair*», «*hermaphrodite*», «*Peeping Tom*» и «*ambisexual*».

2. Тема заболеваний обильно представлена эвфемизмами, поскольку издания, сообщающие о различных болезнях, их распространении и смертности, часто выступают в роли посредника между пациентами и обществом. Эвфемизмы позволяют смягчить жесткую реальность заболеваний и сделать информацию более устрашающей для общественности.

*George Webster became the first BBC children's presenter with **Down's syndrome** on Monday morning* [9].

Джордж Уэбстер стал первым ведущим детской программы Би-би-си с **синдромом Дауна** в понедельник утром.

Синдром Дауна – это заболевание, которое ранее называлось «монголизмом». Однако, из-за расистского оттенка этого названия, было решено заменить его на «синдром Дауна», в честь врача, который впервые описал эту болезнь. Таким образом, использование эвфемизма позволило сделать название болезни более уважительным и не оскорбительным для людей, страдающих этим заболеванием и их родственников [7].

*Inadequately qualified coaches charging thousands claiming to offer support to people with **eating disorders*** [9].

Недостаточно квалифицированные тренеры взимают тысячи долларов, утверждая, что оказывают поддержку людям с **расстройствами пищевого поведения**.

С тех пор, как многие девушки подросткового возраста начали стремиться к тому, чтобы выглядеть как модели с обложек, эвфемизм «*eating disorder*» стал широко распространенным. Однако, за этим «красивым» словосочетанием скрываются опасные и тяжелые заболевания, такие как анорексия и булимия. В русскоязычных изданиях для обозначения этих болезней также используется вуалирующее выражение – «расстройство пищевого поведения».

*Next time a **disabled person** tries to talk to you about **ableism**, please remember that it's not just frustrating things like a lack of ramps [10].*

*В следующий раз, когда **человек с ограниченными возможностями** попытается поговорить с вами об **эйблизме**, пожалуйста, помните, что это не просто неприятные вещи вроде отсутствия пандусов.*

При обсуждении заболеваний важно упомянуть отношение окружающих к больным людям. Для замены грубого и дискриминационного слова «disabled», был введен эвфемизм «ableism», который отражает нечувствительность и дискриминацию в отношении людей с физическими ограничениями. Стоит отметить, что данное слово стало распространенным в публицистическом жаргоне и часто используется журналистами в своих статьях.

При обсуждении способов обозначения физически неполноценных людей в прессе, следует отметить, что существует множество эвфемизмов, которые используются для того, чтобы не задеть чьи-то чувства. Среди них можно назвать следующие: «disabled people», «physically challenged», «differently abled», «people with disabilities», «partially sighted» и «visually impaired», которые часто встречаются в статьях.

*It will turn pavements into a minefield - blind and **visually impaired** people can get their white cane tangled or trip over cables, with the potential for them to be seriously injured or even killed [10].*

*Это превратит тротуары в минное поле - слепые и **люди с нарушениями зрения** могут не разобраться в своей белой трости или споткнуться о кабели, что может привести к серьезным травмам или даже гибели.*

В современной прессе нередко можно наткнуться на статьи о различных психологических проблемах, которые стали особенно актуальными в наше время. При этом журналисты часто используют эвфемизмы, чтобы не называть эти проблемы прямо и не задеть чувства читателей. Например, один из таких эвфемизмов – «distressed», который означает «под давлением» или «в состоянии психологического напряжения».

*Are police going to prosecute a **distressed** child for posting pictures of their own self-harm scars? [8].*

*Собирается ли полиция преследовать в судебном порядке **неблагополучного** ребенка за публикацию фотографий его собственных шрамов?*

С темой смерти связано множество традиций и верований, и в наше время она также остается одной из самых сложных для обсуждения. В английском языке для обозначения смерти часто используется эвфемизм «to pass away», который позволяет избежать прямого упоминания о смерти. Хотя многие носители английского языка используют эту фразу ежедневно, они не задумываются о том, что она является эвфемизмом, именно поэтому эта лексическая единица продолжает выполнять свою эвфемистическую функцию.

*St Joseph's Catholic School in Port Talbot said it was "deeply saddened" by the "tragic and unexpected **passing away**" of one its Year 11 pupils [8].*

*Католическая школа Святого Иосифа в Порт-Талботе заявила, что она «глубоко опечалена» «трагической и неожиданной **кончиной**» одного из учеников 11-го класса.*

Журналисты часто используют эвфемизмы, чтобы не вызывать слишком ярких ассоциаций у своих читателей, поэтому словосочетание «garden of remembrance» вместо привычного нам «кладбище» стало популярным в английском языке. Однако этот эвфемизм не только не утрачивает своей эвфемистической функции, но и придает месту погребения более легковесный и мирный характер, что может быть важно для тех, кто посещает это место в поисках утешения и спокойствия.

*The Queen has laid a wreath at the **Garden of Remembrance** in Dublin to commemorate fallen Irish republicans, during a royal visit to Ireland [9].*

*Королева возложила венок в **Саду Поминовения** в Дублине в память о павших ирландских республиканцах во время королевского визита в Ирландию.*

Так как подгруппы, связанные с физиологией и неприличными частями тела, часто являются деликатными темами, то в прессе редко можно найти примеры их употребления. Однако в других типах текстов подобные эвфемизмы используются гораздо чаще.

Перейдем к изучению социальных эвфемизмов. Как мы уже упоминали ранее, эта группа включает в себя эвфемизмы, которые широко используются в общественной жизни и ориентированы на широкую аудиторию, в отличие от личных эвфемизмов.

1. Эвфемизмы, относящиеся к подгруппе дипломатии, встречаются в газетных текстах чаще других социальных эвфемизмов. Их целью является скрытие истинного положения дел и оправдание неудачной политики государства. Они используются для того, чтобы облагодетельствовать непопулярные действия или решения, презентуя их в более благозвучных терминах.

В статье, рассказывающей о посещении Дональдом Трампом саммита НАТО в разгар предвыборной кампании в Великобритании, встречается эвфемизм «credibility gap», который в словаре эвфемизмов опре-

деляется как «the extent to which you are thought to be lying» [7]. Этот эвфемизм используется, чтобы замаскировать факт ложных заявлений, сделанных Трампом во время кампании:

*The Guardian view on the Nato summit: the Watford **credibility gap*** [9].

*Взгляд The Guardian на саммит НАТО: **потеря доверия** к Уотфорду.*

Данный эвфемизм нашел свое применение для обозначения расхождения между словами и поступками, путем замещения прямого названия проблемы на более мягкий и приемлемый термин. Это позволяет смягчить негативную коннотацию и создать впечатление, что ситуация не настолько критическая, как она может показаться. Например, вместо того, чтобы говорить о «лжи» или «обмане», используется более общий термин «недостаток доверия», что снижает эмоциональный заряд и не вызывает такой жесткой реакции у читателя. Таким образом, эвфемизмы выполняют свою основную функцию – смягчение резкости и негативности, связанной с данной ситуацией, за счет замены прямых выражений более «мягкими» и «приемлемыми» вариантами.

2. Следующая группа социальных эвфемизмов, описывающая репрессивные действия власти и меры административного воздействия на граждан, в выбранных статьях представлена не так широко, как другие категории. При работе с новостными англоязычными сайтами было обнаружено всего два ярких эвфемизма, относящихся к данной категории – «capital» и «exemplary punishment», которые, согласно словарю, Холдера Р., обозначают «involving killing» и «death by hanging», соответственно [7]:

*The DPIC report spotlights a litany of fault-lines within the practice of **capital punishment** in America, not least the prevalence of mental illness among the condemned* [9].

*В докладе Информационного центра по смертным казням освещается множество недостатков в практике применения **высшей меры наказания** в Америке, не последнее место занимает большое количество психически-больных среди осужденных.*

В данном примере мы видим, что эвфемизм «capital» используется вместо более прямолинейного выражения «смертная казнь». Это позволяет уменьшить негативную коннотацию, связанную с применением казни как видом наказания. Вместо слова «смерть» используется менее наглядное слово «capital», которое в данном случае выражает не столько саму казнь, сколько общую идею наказания. Таким образом, эвфемизм позволяет смягчить негативные эмоции и сделать выражение менее категоричным.

3. СМИ часто используют эвфемизмы в отношении деятельности правоохранительных органов, армии и полиции, чтобы описать события, которые могут вызвать отрицательное отношение у читателей. Однако такие эвфемизмы также могут смягчить устрашающее влияние новостей, связанных с военными действиями, и дать читателям возможность более легко усваивать информацию.

В данной подгруппе обнаружены несколько эвфемизмов, таких как «blue-on-blue», «cobelligerent», «counter-insurgent», «second-strike» и «pre-emptive». Военные термины, используемые для описания определенных ситуаций, в обычном использовании не несут в себе негативного значения. Однако в публицистических текстах они часто используются для замены менее благозвучных терминов и скрытия негативных аспектов. Такие эвфемизмы приобретают функцию вуалирования, которая помогает не связанным с военной терминологией людям понимать суть сообщений без негативных ассоциаций.

*Armstrong's talk will look at how the US army **counter-insurgency** manual might be applied to a simulated insurgency in Ambridge, the famous Archers village* [9].

*В докладе Армстронга будет рассмотрено, как руководство армии США по **борьбе с повстанцами** может быть применено к имитируемому мятежу в Амбридже, знаменитой деревне лучников.*

4. В лексиконе, описывающем отношения между различными социальными группами, можно найти множество эвфемизмов, которые призваны сохранить этический комфорт. Они не несут в себе негативных коннотаций и помогают избежать возникновения конфликтных ситуаций, уменьшая риск усиления напряженности в обществе.

Журналисты широко используют различные эвфемизмы при обсуждении проблем, связанных с темнокожими людьми. В некоторых статьях были обнаружены такие термины, как «African-American» и «African descent». Реже встречается эвфемизм «Native American», который охватывает различные племена индейцев, эскимосов, алеутов и гавайцев, проживающих на территории США. Более общим термином для описания всех этих национальных сообществ является «non-native». В прессе также используются специальные фразы, описывающие отношения между различными национальными и социальными группами, а также отношение к ним со стороны других групп, такие как «ethnic cleansing», «social inclusion», «community affairs», «community relations», «affirmative action» и «inclusive language». Кроме того, были обнаружены такие эвфемизмы, как «dispossessed», «underprivileged» и «behind the eight ball», которые относятся к людям, находящимся в низших слоях общества или находящимся в затруднительном материальном положении.

Almost a third of people of African descent have experienced racial harassment in past five years, survey finds [9].

Согласно результатам опроса, почти треть лиц **африканского происхождения** подвергались преследованиям на расовой почве за последние пять лет.

5. Еще одна группа эвфемизмов, которая стала неотъемлемой частью английского языка, это названия определенных профессий. В нашем исследовании мы обнаружили несколько примеров, таких как «agent», «celebrity» и «persona non grata». Из-за частого употребления этих слов в разговорной речи, многие носители языка забывают о том, что они на самом деле являются эвфемизмами. Однако если выяснить их значение, то станет понятно, что каждый из этих терминов выполняет эвфемистическую функцию. Так, «agent» определяется, как: «a spy who is on your side» [7]. Использование прямого термина «spy» может вызывать негативные ассоциации, в то время как использование эвфемистического термина «agent» позволяет сохранить денотативное значение, но изменить коннотацию на более благоприятную.

Robert Levinson's family confirms former FBI agent died in Iranian custody [9].

Семья Роберта Левинса подтверждает, что бывший **агент** ФБР скончался в иранской тюрьме.

В настоящее время этот эвфемизм широко используется для обозначения известных персон, однако его употребление не всегда предполагает, что данная личность является артистом.

6. Последняя группа социальных эвфемизмов, найденных на сайтах англоязычной прессы, связана со сферой распределения и обслуживания. Лексические единицы, относящиеся к данной категории, не всегда являются явными эвфемизмами, но при более внимательном рассмотрении их значений, становится ясно, что они направлены на смягчение отрицательных коннотаций и уменьшение социальной напряженности. Так, «urban renewal» определяется Холдером Р., как «slum clearance» [7]. Этот эвфемизм в общем случае описывает процесс «очистки» территории от трущоб и бедноты. Его основная задача - смягчить негативные эмоции, которые могут возникнуть у людей, слышащих о таком процессе.

The wave of urban renewal that swept the world in the 20th century gave us inner-city highways, modernist downtown malls and high-rise housing projects [9].

Волна **обновления городов**, охватившая мир в XX веке, подарила нам внутригородские магистрали, современные торговые центры в центре города и проекты многоэтажных домов.

Крысиным Л.П. было выделено шесть из семи подгрупп социальных эвфемизмов, включая дипломатию, репрессивные действия власти, меры партийного и административного воздействия на население, деятельность уголовного розыска, отношения между различными социальными и национальными группами, а также некоторые названия профессий и область распределения и обслуживания [3]. Однако не было обнаружено никаких эвфемизмов в подгруппе государственных и военных тайн и секретов.

Кроме того, в результате проведенного исследования было установлено, что классификация социальных эвфемизмов, предложенная Крысиным Л.П., не является всеобъемлющей и не охватывает все области употребления эвфемизмов. В процессе анализа были выявлены некоторые эвфемизмы, которые не удастся отнести к какой-либо из предложенных подгрупп. Среди них такие эвфемизмы, как: «sunset years», «drumstick», «immaculate», «poetic truth», «one-armed bandit» и др.

В целом, эвфемизмы являются неотъемлемой частью языка и применяются в самых разных сферах жизни: от медицины до политики. Их использование может иметь как положительные, так и отрицательные последствия, поэтому важно уметь правильно оценивать ситуацию и контекст, в котором они используются, чтобы избежать недопонимания или неприятных последствий.

Подводя итог, мы можем отметить, что в данном исследовании были рассмотрены основные средства эвфемизации речи, такие как замена слов и выражений, употребление общих слов и абстрактных понятий, использование метафор и эвфемистических окказионализмов, а также использование слов и выражений, которые вводят в заблуждение слушателя или читателя.

Литература

1. Крысин Л.П. Иноязычное слово в роли эвфемизма // Русский язык в школе. 1999. № 3. С. 71 – 74.
2. Крысин Л.П. Эвфемизмы в современной русской речи // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). М.: Языки русской культуры, 2000. С. 384 – 406.
3. Крысин Л.П. Эвфемизмы как явление языка и культуры // Язык и общество на пороге нового тысячелетия: Итоги и перспективы. М.: Эдиториал УРСС, 2001. С. 191 – 194.
4. Крысин Л.П. Эвфемистические способы выражения в современном русском языке // Русский язык в школе. 1994. № 5. С. 76 – 82.
5. Кудрявцев А.Ю., Куропаткин Г.Д. Англо-русский словарь табуированной лексики и эвфемизмов Мн.: ООО «Кузьма», 2001. 384 с.

6. Dictionary of Euphemisms and other Doubletalk // Hugh Rawson. Crown Publishers, Inc New York, 1991. 312 p.
7. Holder R.W. A Dictionary of Euphemisms. How not to Say What You Mean. Oxford University Press Inc., New York, 2003.
8. BBC News. URL: <http://www.bbc.com/news> (дата обращения: 15.07.2023)
9. The Guardian. URL: <http://www.theguardian.com/uk> (дата обращения: 15.07.2023)
10. The Sun [Электронный ресурс]. URL: <http://www.thesun.co.uk/sol/homepage/> (дата обращения: 15.07.2023)

References

1. Krysin L.P. Inojazychnoe slovo v roli jevfemizma. Russkij jazyk v shkole. 1999. № 3. S. 71 – 74.
2. Krysin L.P. Jevfemizmy v sovremennoj russkoj rechi. Russkij jazyk konca XX stoletija (1985-1995). M.: Jazyki russkoj kul'tury, 2000. S. 384 – 406.
3. Krysin L.P. Jevfemizmy kak javlenie jazyka i kul'tury. Jazyk i obshhestvo na poroge novogo tysjacheletija: Itogi i perspektivy. M.: Jeditorial URSS, 2001. S. 191 – 194.
4. Krysin L.P. Jevfemisticheskie sposoby vyrazhenija v sovremennom russkom jazyke. Russkij jazyk v shkole. 1994. № 5. S. 76 – 82.
5. Kudrjavcev A.Ju., Kuropatkin G.D. Anglo-russkij slovar' tabuirovannoj leksiki i jevfemizmov Mn.: OOO «Kuz'ma», 2001. 384 s.
6. Dictionary of Euphemisms and other Doubletalk. Hugh Rawson. Crown Publishers, Inc New York, 1991. 312 p.
7. Holder R.W. A Dictionary of Euphemisms. How not to Say What You Mean. Oxford University Press Inc., New York, 2003.
8. BBC News. URL: <http://www.bbc.com/news> (data obrashhenija: 15.07.2023)
9. The Guardian. URL: <http://www.theguardian.com/uk> (data obrashhenija: 15.07.2023)
10. The Sun [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.thesun.co.uk/sol/homepage/> (data obrashhenija: 15.07.2023)

*Abramenko E.V., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Rostov State University of Economics (RSUE),
Suleymanova K.A.,
Saint Petersburg Electrotechnical University "LETI" named after V.I. Ulyanov (Lenin)*

The issue of the means of euphemizing speech (using the example of online publications (BBC, The Guardian, The Sun))

Abstract: the relevance of the study of euphemization is due to the intensive use of this phenomenon in various genres in recent decades. They are especially common in such areas as the media and the etiquette form of communication. The history of the formation of this linguistic phenomenon as well as its use in real life situations are of particular interest. In English, a euphemism is a word or descriptive expression that is neutral in meaning and emotional coloring, which is often used in texts and public statements to replace other words and expressions that are considered unacceptable or inappropriate. The purpose of the study is to study the means of euphemization of speech (using the example of online publications (BBC, The Guardian, The Sun)).

The task related to the consideration of the main means of euphemization of speech was solved to achieve this goal.

The practical value of the study is that the materials of this study, as well as the conclusions and results can be used in the practice of university teaching of various language disciplines.

Keywords: study, euphemism, euphemization, means, speech, mass media

For citation: Abramenko E.V., Suleymanova K.A. The issue of the means of euphemizing speech (using the example of online publications (BBC, The Guardian, The Sun)). *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 204 – 209.

Received: July 18, 2023; Revised: August 13, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Ачаева М.С., доцент,
Поспелова Н.В., доцент,
Субботина Н.С., старший преподаватель,
Казанский (Приволжский) федеральный университет*

Реалии, обозначающие праздники и традиции Уэльса: лингвокультуроведческие аспекты

Аннотация: в статье рассматривается описание реалий, относящихся к праздникам и традициям Уэльса, таких как Twelfth Night, Mari Lwyd, Dydd Calan, Gwyl San Steffan, The land of song, *penillion-singing*. Актуальность статьи вызвана интересом к традициям и обычаям народа и культуре Уэльса, стремлением сохранить живущие традиции. Цель статьи – лингвокультуроведческий анализ реалий, обозначающих праздники и традиции Уэльса. Методы исследования: исторический, культурологический, лингвокультуроведческая интерпретация, семантизация и контекстуальный анализ. Реализация поставленной цели достигнута следующим образом: проведен анализ теоретической литературы по теме исследования; реалии, относящиеся к праздникам и традициям Уэльса интерпретированы и семантизированы в лингвокультуроведческом ключе, представлен контекстуальный анализ исследуемой лексики. Данный подход подчеркивает национальную и культурную уникальность валлийцев и проявляется в историко-культурном наследии, языке, национальных традициях и фестивалях и этнокультурном отличии валлийцев.

Ключевые слова: реалия, Уэльс, праздник, традиция, семантизация, лингвокультуроведческий анализ, интерпретация

Для цитирования: Ачаева М.С., Поспелова Н.В., Субботина Н.С. Реалии, обозначающие праздники и традиции Уэльса: лингвокультуроведческие аспекты // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 210 – 213.

Поступила в редакцию: 11 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 10 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

В современной лингвистике языковые реалии, безэквивалентная, фоновая лексика, проблемы взаимодействия языка и культуры, вопросы, связанные с кумулятивной функцией языка, часто рассматриваются в лингвокультуроведческом ключе с учетом экстралингвистических факторов [2, 4, 6].

Кроме того, следует отметить повышенный интерес к анализу культурно-маркированной, национально-окрашенной лексики отдельных регионов, стран, в том числе и Уэльсу. Уэльс, небольшое государство, имеет яркую историю и богатое культурно-историческое наследие, включающее в себя множество мифов, преданий и легенд, сложенных ее жителями. Метафорические названия Уэльса говорят сами за себя: «Страна замков», «Страна песни» и «Страна красного Дракона» и т.д. [5, 8, 10, 15, 16].

Интерес к теме статьи связан с анализом социокультурной среды Уэльса, влиянием экстралингвистических факторов на менталитет, восприятие мира валлийской языковой личности на психический склад валлийцев [2, 4]. Следует отметить и активный интерес к культурным обычаям и традициям народов, усилением выяснения этнических особенностей языковой личности, настойчивое желание восстановить культурные ценности, сохранить существующие обычаи и традиции, характерные для той или иной страны [4, 8, 11, 12].

Безусловно, традиции, обычаи, ритуалы и обряды играют ключевую роль в развитии этноса, в формировании сознания своего единства, отличия от других [14]. Несмотря на политическую зависимость от Англии, Уэльс сохраняет свою региональную и культурную специфику.

Вопросы национальной общности, единства, право нации на определение формы своего государственного существования являются первостепенными вопросами, идентифицирующими специфику существующего состояния мировой культуры [4].

С изучением истории и культуры Уэльса связаны имена У. Гланмора, У. Джеймса, Г. Дженкинса, В. Джонса, Р. Дэйвиса и Дж. Ллойда, осуществлявших свою деятельность в 19-20 вв. Их работы внесли существенный вклад в проблему изучения валлийского языка, истории, культуры и национальной идентичности. Среди современных исследователей популярны работы историка Дж. Дэйвиса. Он является составителем «Энциклопедия Уэльса», обширного источника информации, включающего в себя более пяти тысяч словарных статей [11, 12, 16, 18].

Предметом изучения являются реалии, безэквивалентная лексика, обозначающая праздники и традиции Уэльса.

Далее уточним отдельные термины. Реалия в переводе с латинского означает «вещественный», «действительный». Языковые реалии – слова, которые употребляются для обозначения фактов, понятий, предметов, не существующих в культуре другого народа [1, 3]. Реалии относятся к категории безэквивалентной лексики. Реалии – слово, обозначающие понятия, которые отсутствуют в другом языке. Как правило, это слова, которые относятся к частным культурным элементам и не имеют эквиваленты за пределами языка, к которому они принадлежат [2].

Цель статьи – лингвокультуроведческий анализ реалий, обозначающих праздники и традиции Уэльса. Цель определила следующие задачи: анализ теоретической литературы по теме исследования; лингвокультуроведческая интерпретация реалий, семантизация и контекстуальный анализ исследуемой лексики.

Методы исследования: исторический, культурологический, лингвокультуроведческая интерпретация, семантизация, контекстуальный анализ.

Теоретическая значимость проведенного исследования заключается в определенном вкладе в разработку проблемы, связанной с изучением валлийской языковой личности.

Практическое значение работы состоит в том, что результаты работы можно использовать в курсах лингвокультурологии, лингвострановедению и этнолингвистики.

Материалом исследования являются валлийские газеты, такие как *Aberystwyth Observer*, *Cardiff Times*, *South Wales Star* [7, 9, 14, 17].

Далее обратимся к лингвокультуроведческой интерпретации лексических единиц, отражающих праздники и традиции. Например, рассмотрим языковые единицы *Eisteddfod*, *penillion-singing*.

Как известно, жители Уэльса – музыкально-одаренные люди, любят сочинять песни и исполнять их. *Eisteddfod* («блуждающий») – современный праздник состязания бардов, где присуждаются награды за лучшие музыкальные, поэтические и прозаические произведения. Своё второе название – «The land of song» (Земля песни) Уэльс получил в 19 веке. Важной частью праздника *Eisteddfod* является «*penillion-singing*», полифоническое пение: арфа исполняет традиционную мелодию, а певец импровизирует мелодию иных структурных закономерностей [5, 6, 13, 16, с. 1767].

Далее обратимся в таком лексическим единицам, как *Mari Lwyd*, *Dydd Calan*, *Gwyl San Steffan* и т.д.

К национальным праздникам Уэльса относятся День Святого Давида, Новый Год в Уэльсе (валл. *Dydd Calan*), Рождество, день после Рождества *Boxing Day* (валл. *Gwyl San Steffan*).

«*Mari Lwyd*» – обычай, знаменующий окончание рождественских праздников, на сегодняшний день, сохранившийся лишь в нескольких деревнях Гламорганшира. *Mari Lwyd* – один из самых магических и таинственных обрядов Уэльса. В этот день компания людей носила по домам череп лошади, накрытый белой простыней, украшенной цветными лентами. К нему были прикреплены уши, глаза, вожжи и колокольчики. Челюстью черепа лошади управлял молодой человек, который прятался под простыней. Группа людей останавливалась у дома и вступала в стихотворное соревнование с хозяевами дома, пока те не выносили на улицу угощение, как правило, пироги и подогретое пиво. В XX веке этот валлийский ритуал практически перестал существовать, однако валлийцы пытаются его вернуть.

Далее опишем словосочетание *Twelfth Night*, двенадцатая ночь, 5 января, ночь перед Крещением (христианским). Для того, чтобы не было неприятностей в следующем году, люди снимают рождественские украшения, игрушки именно 5 января. Если не успели снять вечером, украшения оставляют их на весь год, иначе не повезет [18].

Выводы. Культурная идентичность валлийцев выражается в обычаях, традициях, фестивалях, праздниках и суевериях. Социальные, религиозные различия между странами Соединенными Королевства демонстрируют отличия валлийцев от шотландцев, англичан, ирландцев. Характерные черты валлийской языковой личности: патриотизм, уважение традиций, обычаев, любовь к своей стране, культуре, языку. Валлийцы – музыкально-одаренные люди, склонные к поэзии. Различия в отдельных сферах жизни общества оставляют неизгладимый отпечаток на ментальном уровне представителей нации. В статье рассмотрены следующие лексические единицы *Twelfth Night*, *Mari Lwyd*, *Dydd Calan*, *Gwyl San Steffan*, *The land of song*, *penillion-singing*

Литература

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод. М.: Международные отношения, 1975. 239 с.
2. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Лингвострановедческая теория слова. М.: Русский язык, 1980. 320 с.
3. Влахов С.И., Флорин С.П. Непереваемое в переводе. М.: Р. Валент, 2009. 360 с.

4. Поспелова Н.В., Осипова Е.Ю. Валлийская языковая личность как объект лингвокультуроведческого исследования // Современное исследование социальных проблем // Russian Journal of Humanities. 2018. Т. 10. № 4-4. С. 81 – 89.
5. Collins English Dictionary. Desktop edition. Glasgow: HarperCollins Publishers, 2005. 1911 p.
6. Longman Dictionary of English Language and Culture. L.: Pearson ESL, 2000. 3rd edition. 1592 p.
7. Aberystwyth Observer // Welsh Newspapers Online. 1905. 16 февраля [Электронный ресурс]. URL: <http://welshnewspapers.llgc.org.uk/en/page/view/3049335> (date of appeal: 22.04.2022)
8. Atkinson D., Wilson N. Wales. Lonely Planet, 2007. 356 p.
9. Cardiff Times // Welsh Newspapers Online. 1908. 18 июля [Электронный ресурс]. URL: <http://welshnewspapers.llgc.org.uk/en/page/view/3434222> (date of appeal: 22.04.2022)
10. Celtic Kingdoms of the British Isles. Celts of Cymru [Электронный ресурс]. URL: <http://www.historyfiles.co.uk/KingListsBritain/CymruGwynedd.htm> (date of appeal 22.04.2022).
11. Davies E. The Mythology and Rites of the British Druids, Ascertained by National Documents. London: FB & Ltd, 2013. 642 p.
12. Dr John Davies. Wales History // BBC. 2009 [Электронный ресурс] (дата обновления: 12.05.2009). URL: http://www.bbc.co.uk/wales/history/sites/themes/guide/dr_john_davies.shtml (date of appeal: 22.04.2022).
13. Eisteddfod // Wikipedia. The free encyclopedia. 2014 [Электронный ресурс] (дата обновления: 30.05.2014) URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Eisteddfod> (date of appeal: 22.04.2022).
14. Evening Express // Welsh Newspapers Online. 1894. 23 января [Электронный ресурс]. URL: <http://welshnewspapers.llgc.org.uk/en/page/view/3241594> (date of appeal: 22.04.2022).
15. Gower Peninsula // Wikipedia. The free encyclopedia. 2014 [Электронный ресурс] (дата обновления: 18.03.2014). URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Gower_Peninsula (date of appeal: 22.04.2022)
16. Koch John T. Celtic culture: a historical encyclopedia. Vol. 1. ABC-CLIO, 2006. 2128 p.
17. South Wales Star // Welsh Newspapers Online. 1892. 22 июля [Электронный ресурс]. URL: <http://welshnewspapers.llgc.org.uk/en/page/view/3019758> (date of appeal: 22.04.2022)
18. Wales on Britannia [Электронный ресурс]. URL: <http://www.britannia.com/wales/culture1.html> (date of appeal: 22.04.2022)

References

1. Barhudarov L.S. Jazyk i perevod. M.: Mezhdunarodnye otnoshenija, 1975. 239 s.
2. Vereshhagin E.M., Kostomarov V.G. Lingvostranovedcheskaja teorija slova. M.: Russkij jazyk, 1980. 320 s.
3. Vlahov S.I., Florin S.P. Neperevodimoe v perevode. M.: R. Valent, 2009. 360 s.
4. Pospelova N.V., Osipova E.Ju. Vallijskaja jazykovaja lichnost' kak ob#ekt lingvokul'turovedcheskogo issledovanija. Sovremennoe issledovanie social'nyh problem. Russian Journal of Humanities. 2018. Т. 10. № 4-4. С. 81 – 89.
5. Collins English Dictionary. Desktop edition. Glasgow: HarperCollins Publishers, 2005. 1911 p.
6. Longman Dictionary of English Language and Culture. L.: Pearson ESL, 2000. 3rd edition. 1592 p.
7. Aberystwyth Observer. Welsh Newspapers Online. 1905. 16 fevralja [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://welshnewspapers.llgc.org.uk/en/page/view/3049335> (date of appeal: 22.04.2022)
8. Atkinson D., Wilson N. Wales. Lonely Planet, 2007. 356 p.
9. Cardiff Times. Welsh Newspapers Online. 1908. 18 ijulja [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://welshnewspapers.llgc.org.uk/en/page/view/3434222> (date of appeal: 22.04.2022)
10. Celtic Kingdoms of the British Isles. Celts of Cymru [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.historyfiles.co.uk/KingListsBritain/CymruGwynedd.htm> (date of appeal 22.04.2022).
11. Davies E. The Mythology and Rites of the British Druids, Ascertained by National Documents. London: FB & Ltd, 2013. 642 p.
12. Dr John Davies. Wales History. BBC. 2009 [Jelektronnyj resurs] (data obnovenija: 12.05.2009). URL: http://www.bbc.co.uk/wales/history/sites/themes/guide/dr_john_davies.shtml (date of appeal: 22.04.2022).
13. Eisteddfod. Wikipedia. The free encyclopedia. 2014 [Jelektronnyj resurs] (data obnovenija: 30.05.2014) URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Eisteddfod> (date of appeal: 22.04.2022).
14. Evening Express. Welsh Newspapers Online. 1894. 23 janvarja [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://welshnewspapers.llgc.org.uk/en/page/view/3241594> (date of appeal: 22.04.2022).
15. Gower Peninsula. Wikipedia. The free encyclopedia. 2014 [Jelektronnyj resurs] (data obnovenija: 18.03.2014). URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Gower_Peninsula (date of appeal: 22.04.2022)
16. Koch John T. Celtic culture: a historical encyclopedia. Vol. 1. ABC-CLIO, 2006. 2128 p.

17. South Wales Star. Welsh Newspapers Online. 1892. 22 ijulja [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://welshnewspapers.llgc.org.uk/en/page/view/3019758> (date of appeal: 22.04.2022)

18. Wales on Britannia [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.britannia.com/wales/culture1.html> (date of appeal: 22.04.2022)

*Achaeva M.S., Associate Professor,
Pospelova N.V., Associate Professor,
Subbotina N.S., Senior Lecturer,
Kazan (Volga Region) Federal University*

Realia denoting holidays and traditions of Wales: linguocultural aspects

Abstract: the article describes the realia related to the holidays and traditions of Wales, such as Twelfth Night, Mari Lwyd, Dydd Calan, Gwyl San Steffan, The land of song, penillion-singing. The relevance of the article is caused by the interest in the traditions and customs of the people and culture of Wales, the desire to preserve living traditions. The purpose of the article is a linguocultural analysis of the realia denoting the holidays and traditions of Wales. Research methods: historical, cultural, linguocultural interpretation, semantization and contextual analysis. The implementation of this goal was achieved as follows: an analysis of the theoretical literature on the research topic was carried out; realia related to the holidays and traditions of Wales are interpreted and semanticized in a linguocultural way, a contextual analysis of the studied vocabulary is presented. This approach emphasizes the national and cultural uniqueness of the Welsh and is manifested in the historical and cultural heritage, language, national traditions and festivals and ethno-cultural differences of the Welsh.

Keywords: realia, Wales, holiday, tradition, semantization, linguocultural studies, interpretation

For citation: Achaeva M.S., Pospelova N.V., Subbotina N.S. Realia denoting holidays and traditions of Wales: linguocultural aspects. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 210 – 213.

Received: July 11, 2023; Revised: August 10, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Евтушенко С.Я., старший преподаватель,
Дальневосточный государственный технический рыбохозяйственный университет*

Развитие социолингвистической компетенции при обучении РКИ

Аннотация: в зарубежной и отечественной учебной литературе все больше реализуется социологизация иноязычной практики обучаемых. Это проявляется в том, что в учебники иностранных языков включаются социологические темы: социология личности, культуры, молодежи, города и деревни, социальная психология и др. Нередко материалы для чтения, аудиовизуальные курсы основываются на результатах социологических исследований. В рамках межкультурного подхода основной задачей языкового образования является положительное развитие личности и ее самосознания в результате приобретения нового языкового и культурного опыта. А опыт преподавания русского языка как иностранного показывает, что для выполнения коммуникативных задач владеющий языком студент использует свои общие способности в сочетании с собственной языковой компетенцией, которая включает в себя как лингвистическую и прагматическую, так и социолингвистическую. В статье анализируется актуальность формирования основ социолингвистического обучения студентов, изучающих русский язык иностранный. А также разбираются вопросы социологии, функционально-стилистические в практике преподавания русского как иностранного. Подвергается анализу опыт, наблюдения в ходе учебного процесса. Уделяется внимание практической части, упражнениям и заданиям, направленных на повышение познавательной самостоятельности и активности учащихся над лексико-грамматическим материалом статьи или текста.

Ключевые слова: социолингвистика, социокультурный компонент, социокультурная компетенция, иностранные учащиеся, языкознание, социально-культурное общество, феномен языковой личности

Для цитирования: Евтушенко С.Я. Развитие социолингвистической компетенции при обучении РКИ // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 214 – 218.

Поступила в редакцию: 14 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 8 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

В настоящее время особенное место в методике преподавания иностранных языков (далее – ИЯ) отведено такой компетенции, как социолингвистическая компетенция (далее – СК). По причине того, что язык считается социокультурным феноменом (далее – СФ), то ни в коем случае не представляется возможным, чтобы русский язык преподавали как иностранный (далее – РКИ) и при этом не акцентировали бы особое внимание обучающихся студентов, как на отличительных, так и специфических особенностях использования лексики и языковых моделях при общении. Принимая во внимание мнение исследователя М. Ю. Синицы, стоит отметить, что под СК понимается комплекс языковых средств, которыми владеет иностранец [10]. И.Ф. Овчинникова при этом придерживается такой точки зрения, что под СК следует понимать уникальную способность отдельно взятой языковой личности так организовывать свое речевое поведение (ситуации коммуникации, их цели, намерения общения, статусы участников беседы, их роли, обстановка общения в целом), которое в полной мере соответствовало бы социолингвистической норме и установкам (правилам) отдельно взятого сообщества [9, с. 28-29].

А.А. Леонтьев, исследуя вопрос корреляции общественных факторов и языка подчеркивает, что влияние социальных факторов на язык проявляется в отдельных речевых ситуациях и деятельности [7, с. 99]. Исследователь Ю.Н. Караулов при формировании собственного определения такого понятия, как «языковая личность» (далее – ЯЛ), особое внимание акцентировал на интеллектуальных характеристиках. Так, упомянутый исследователь отмечал, что «интеллект интенсивно проявляется в языке и исследуется посредством него, поэтому ЯЛ начинается по ту сторону быденного языка, когда в игру вступает интеллект» [6, 3-8]. В современных реалиях, наиболее важным считается приобретение обучающимися ИЯ коммуникативной компетенции. Это обуславливается тем аспектом, что именно данная компетенция активно используется при реализации межкультурного общения и взаимодействия в целом. В ее состав входит СК и одноименный компонент. Если говорить более точно, то это способность обучающегося выполнять выбор такой лингвистической формы и способа выражения, который будет понятен и в полной мере соответствовать всем условиям коммуникации и взаимодействия (например, ситуации и цели общения) [4, с. 99].

Почти в каждом существующем социально-культурном обществе на отдельно взятой географической территории можно наблюдать такой феномен, как ЯЛ. Так, представляется возможным говорить о такой ЯЛ, которая относится к отдельно взятой национальной культуре и языку в целом (например, русская, ки-

тайская, английская, французская и т.д.). В качестве ведущих критериев выделения языковой личности следует выделить наличие языкового сознания и самосознания. В лингвистике последних десятилетий можно встретить тенденцию отождествления языковой картины мира с языковым сознанием, а помимо этого стратегию с тактикой речевого поведения. Исследователь И.Т. Вепрева особо подчеркивает то, что осознания собственного языкового поведения и является самосознанием [3, с. 36].

В настоящее время в существующей методике преподавания ИЯ, прослеживается такая тенденция, которая связана с усилением социолингвистической направленности в процессе его обучения. При этом положение о социальной дифференциации языка считается основным определяющим моментом в рамках современной проблемы языковой нормы в условиях вышеуказанной тенденции. Стоит особо отметить, что упомянутый автором ранее аспект обуславливается отображением в современном языке дифференциации общества и оказанием соответствующего влияния разного вида факторов (например, уровень образования, возраст). Ученый А. Бодуэн де Куртэнэ указал на то, что в связи с тем, что использование языка является возможным и допустимыми исключительно в условиях человеческого взаимодействия и общества в целом, то в обязательном порядке нужно принимать во внимание как психическую, так и социальную его сторону [1, с. 348]. Наиболее успешному и эффективному усвоению СК в процессе обучения ИЯ помогает изучение, как живых, так и образных идиоматических выражений. Такой подход к обучению ИЯ вызывает у обучающихся интерес и желание изучать язык и культуру другой страны (народа), способствует росту у обучающихся ИЯ первотельного стимулирования, способствует повышению у обучающихся способности к взаимодействию с окружающими на ИЯ, что в результате приводит к эффективному развитию его как личности [2, с. 37-40].

Общение на уроках ИЯ напрямую связано с социализацией обучающихся. На занятиях РКИ учащиеся знакомятся с различными отличиями социокультурного характера, которые имеются у другой страны, что также благоприятно влияет на них с точки зрения формирования личности. В ситуации общения можно выделить такие компоненты, как:

1. Говорящий и его социальная роль
2. Слушающий и его социальная роль.
3. Отношение между коммуникантами.
4. Тональность общения
5. Цель.
6. Место общения.

И здесь мы не можем не отметить, что социальные роли играют одну из самых важных позиций. Под социальной ролью понимается «нормативно одобренный общественный образ поведения, ожидаемый от каждого, занимающего социальную позицию» [7].

Следует особо отметить и подчеркнуть, что в имеющейся практике преподавания РКИ, осуществляется анализ всевозможных способов и имеющихся методов обучения, которые направлены на соответствующее обеспечение у обучающихся студентов СК. Особого внимания заслуживает такой подход, который связан с иностранными обучающимися.

Нельзя не согласиться, что иностранцу, изучающему новый язык, требуются разные роли (в магазине, с врачом, в банке). А отсюда накладывается лексический состав, языковые средства. А путешествуя по городу, это уже другой словарный запас.

На современном этапе лингводидактики категория языковой личности является одной из магистральных в разработке теоретического фундамента, а так же, для использования в практике изучения иностранного языка. Коммуникативная компетенция включает в себя не только освоение теоретической информации, но также и умение реализации ее на практике. Процесс общения, в свою очередь, подразумевает не только обмен информацией между участниками коммуникации, но также активный речемыслительный процесс, синтез новых речевых произведений на основании уже усвоенных языковых моделей [5, с. 27].

Целесообразно включать ролевые игры, применяя мобильные приложения. Например, 1. Откройте в приложении Pinterest «Доску». 2. Подберите антонимичные пары слов. 3. Составьте из них свой собственный рассказ. Прочитайте. Запишите аудиофайл. 4. Расскажите о своей семье. Запишите аудиофайл. 5. (Интервью в парах). Вы находитесь в магазине. Что вы собираетесь купить себе на завтрак, обед, ужин? Запишите аудиофайл. Стоит отметить, что представляется возможным несколько усложнить указанные выше задания, а именно предложить обучающимся самостоятельно сформировать рабочую доску на определенную тему и по завершении отправить её своему преподавателю для проведения проверки. Также достаточно хорошо активизирует учебный процесс по обучению ИЯ «Интервью в парах». В рамках данного задания студенты самостоятельно создают карточки с различными картинками, записывают аудиофайл с диалогом и отправляют в группу. Подобные краткие задания являются крайне важными и необходимыми для эффек-

тивности процесса обучения. Это обуславливается тем, что при использовании таких заданий обучающиеся изучают ИЯ на постоянной основе посредством общения и взаимодействия между друг другом. Отработать коммуникативные ситуации при этом можно посредством использования приложения Яндекс и YouTube. К примеру, найдите стихи и песни о море на русском языке; подготовьте краткую презентацию «Художники маринисты» (до 6 слайдов); внимательно прослушайте начала рассказа преподавателя; придумайте окончание рассказа, а после – запишите аудиофайл.

Другая форма работы. *Круглый стол «Какая профессия самая необходимая?»*.

1. Ведущий круглого стола.
2. Участники круглого стола (студенты).

Постановка задачи.

Модератор. Предлагается начать с краткого сообщения о ситуации на рынке труда и стране в целом.

В качестве источника может быть использована информация, взятая с официального сайта Минэкономразвития России (www.economy.gov.ru).

После этого каждый желающий принять участие в круглом столе должен выбрать одну профессию. Затем, основываясь на данных Росстата (www.gks.ru) и Государственной службы занятости (по конкретному региону) сформировать выступление, в котором будут освещены:

1. Какое общее количество вакансий в регионе?
2. Какое количество вакансий по выбранной специальности?
 - количество и процент от общего числа вакансий?
 - баланс спроса и предложения на труд по выбранной специальности?
3. Какая динамика средней зарплаты в регионе?
4. Какая среднемесячная зарплата по выбранной специальности?
 - в рублях и процентах от средней зарплаты в регионе?
5. Прогноз: какие специальности наиболее востребованы?
 - специалисты каких специальностей получают самую высокую зарплату?

После начинается круглый стол и выступление его участников по вышеуказанным вопросам на примере выбранной специальности.

Ментальность проявляется во всех формах и категориях языка, и лингвистических уровнях. Следовательно, СК играет одну из наиболее значимых ролей в вопросе становления бикультурной личности, которая обладает соответствующими культурологическими знаниями в рамках изучения РКИ. Помимо этого стоит отметить, что формирование упомянутой компетенции считается одной из первостепенных задач, которые решаются в рамках учебного процесса. При этом главной задачей преподавания РКИ выступает формирование реальных и воображаемых (фантазируемых) ситуаций общения на уроке с непосредственным применением всевозможных приемов работы.

В завершении стоит отметить, что преподавателю ИЯ следует помнить о вышеуказанных аспектах при отборе учебного материала и формировании различных упражнений, а кроме того при формировании тестов, необходимых для проведения контроля полученных знаний обучающимися. Приобретение обучающимися СК иного языка может быть довольно длительным и сложным процессом. Это обуславливается тем аспектом, что данный процесс понимает под собой осознание обучающимися соответствующих социальных ценностей, заложенных в основе всевозможных способов использования того или иного языка. Таким образом, преподавателю РКИ нужно четко осознавать, что у иностранных обучающихся уже имеется собственное представление, как о своем народе, так и о других. В связи с этим преподаватель должен научить обучающихся выявлять отличия между разными культурами, подчеркивать специфику и отличия культуры другого народа, а помимо этого не верить стереотипам.

Литература

1. Бодуэн де Куртэнэ И.А. Избранные работы по общему языкознанию. М., 1963. Т. 1. С. 348.
2. Вепрева И.Т. Рефлективы как источник информации // Русский язык сегодня / под ред. Л.П. Крыгина. М., 2000. 36 с.
3. Воронкова Т.И. Работа с аутентичными текстами, содержащими интеркультурный компонент // Иностранные языки в школе. 2004. № 7. С. 52.
4. Гальская Н.Д., Гез Н.И. Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика. М., 2006. 336 с.

5. Дэвидсон Д., Митрофанова О.Д. Функционирование русского языка: методический аспект. Пленарный доклад Русский язык и литература в общении народов мира: проблемы функционирования и преподавания (VII международный конгресс преподавателей русского языка и литературы. М.: Русский язык 1990. С. 19.
6. Караулов Ю.Н. Предисловие. Русская языковая личность и задачи ее изучения // Язык и личность. М., 1989. М., 1989. С. 3 – 8.
7. Леонтьев А.А. Общественные функции языка и его функциональные эквиваленты // Язык и общество. М., 1968. С. 99 – 102.
8. Лыкова Н.Н. История языкознания в текстах и лицах: учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2010. 240 с.
9. Сеница Ю.А. Формирование социолингвистической компетенции в процессе обучения устному иноязычному общению студентов неязыковых вузов (в контексте национальной культуры Франции): дис. ... канд. пед. наук. М., 2000. С. 80.
10. Литовкина А.М., Шарманова О.С. Формирование лингвокультурной компетенции в процессе обучения РКИ // Вестник педагогических наук. 2021. № 4. С. 227 – 231.
11. Грязнова В.В. Реализация принципов отбора текстов при обучении РКИ (на примере учебного пособия «Это наш язык. Элементарный уровень») // Обзор педагогических исследований 2021. Т. 3. № 3. С. 105 – 109.
12. Фатеева Ю.Г., Игнатенко О.П. Деловая учебная игра как интерактивный прием формирования вторичной языковой личности на уроках РКИ для студентов-медиков // Современный ученый. 2021. № 6. С. 185 – 191.
13. Овчинникова М.Ф. Методика формирования социолингвистической компетенции учащихся образовательной школы (английский язык, филологический профиль) дис. ... канд. пед. наук. Улан-Удэ, 2008 С. 10 – 17.

References

1. Bodujen de Kurtjenje I.A. Izbrannye raboty po obshhemu jazykoznaniju. M., 1963. T. 1. S. 348.
2. Vepreva I.T. Refleksivy kak istochnik informacii. Russkij jazyk segodnja. pod red. L.P. Kry-sina. M., 2000. 36 s.
3. Voronkova T.I. Rabota s autentichnymi tekstami, sodержashhimi interkul'turnyj component. Inostrannye jazyki v shkole. 2004. № 7. S. 52.
4. Gal'skaja N.D., Gez N.I. Teorija obuchenija inostrannym jazykam. Lingvodidaktika i metodika. M., 2006. 336 s.
5. Djevidson D., Mitrofanova O.D. Funkcionirovanie russkogo jazyka: metodicheskij aspekt. Plenarnyj doklad Russkij jazyk i literatura v obshhenii narodov mira: problemy funkcionirovanija i prepodavanija (VII mezhdunarodnyj kongress prepodavatelej russkogo jazyka i literatury. M.: Russkij jazyk 1990. S. 19.
6. Karaulov Ju.N. Predislovie. Russkaja jazykovaja lichnost' i zadachi ee izuchenija. Jazyk i lichnost'. M., 1989. M., 1989. S. 3 – 8.
7. Leont'ev A.A. Obshhestvennye funkcii jazyka i ego funkcional'nye jekvivalenty. Jazyk i obshhestvo. M., 1968. S. 99 – 102.
8. Lykova N.N. Istorija jazykoznanija v tekstah i licah: uchebnoe posobie. M.: Flinta: Nauka, 2010. 240 s.
9. Sinica Ju.A. Formirovanie sociolingvisticheskoj kompetencii v processe obuchenija ustnomu inojazychnomu obshheniju studentov nejazykovyh vuzov (v kontekste nacional'noj kul'tury Francii): dis. ... kand. ped. nauk. M., 2000. S. 80.
10. Litovkina A.M., SHarmanova O.S. Formirovanie lingvokul'turnoj kompetencii v processe obuchenija RKI. Vestnik pedagogicheskikh nauk. 2021. № 4. S. 227 – 231.
11. Gryaznova V.V. Realizaciya principov otbora tekstov pri obuchenii RKI (na primere uchebnogo poso-biya «Eto nash jazyk. Elementarnyj uroven'»). Obzor pedagogicheskikh issledovanij 2021. T. 3. № 3. S. 105 – 109.
12. Fateeva YU.G., Ignatenko O.P. Delovaya uchebnaya igra kak interaktivnyj priem formirovaniya vto-richnoj jazykovoj lichnosti na urokah RKI dlya studentov-medikov. Sovremennyj uchenyj. 2021. № 6. S. 185 – 191.
13. Ovchinnikova M.F. Metodika formirovanija sociolingvisticheskoj kompetencii uchashhihsja obrazovatel'noj shkoly (anglijskij jazyk, filologicheskij profil') dis. ... kand. ped. nauk. Ulan-Udje, 2008 S. 10 – 17.

*Yevtushenko S.Ya., Senior Lecturer,
Far Eastern State Technical Fisheries University*

Development of sociolinguistic competence in teaching RFL

Abstract: in foreign and domestic educational literature, the sociologization of the foreign language practice of students is increasingly being implemented. This is manifested in the fact that the textbooks of foreign languages include sociological topics: sociology of personality, culture, youth, cities and villages, social psychology, etc. Often, reading materials and audiovisual courses are based on the results of sociological research. Within the framework of the intercultural approach, the main task of language education is the positive development of personality and its self-awareness as a result of acquiring new linguistic and cultural experience. And the experience of teaching Russian as a foreign language shows that to perform communicative tasks, a student who speaks the language uses his general abilities in combination with his own language competence, which includes both linguistic and pragmatic, as well as sociolinguistic. The article analyzes the relevance of the formation of the basics of sociolinguistic education of students studying Russian as a foreign language. And also the issues of sociology, functional and stylistic in the practice of teaching Russian as a foreign language are analyzed. The experience and observations during the educational process are analyzed. Attention is paid to the practical part, exercises and tasks aimed at increasing the cognitive independence and activity of students over the lexical and grammatical material of an article or text.

Keywords: sociolinguistics, sociocultural component, sociocultural competence, foreign students, linguistics, socio-cultural society, the phenomenon of linguistic personality

For citation: Yevtushenko S.Ya. Development of sociolinguistic competence in teaching RFL. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 214 – 218.

Received: July 14, 2023; Revised: August 8, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Хэ Чжаолинь,
Московский государственный лингвистический университет*

Когнитивная грамотность при анализе медиатекстов: пересечение дисциплин

Аннотация: в современном информационном обществе навыки критического анализа и осмысления медиатекстов становятся важными для адекватного восприятия информации. Эта статья рассматривает концепцию когнитивной грамотности и ее роль в анализе медиатекстов. Когнитивная грамотность позволяет систематически воспринимать, интерпретировать и анализировать информацию, а также критически оценивать разнообразные медиаматериалы. Статья также подчеркивает важность развития этих навыков в современной информационной среде и предоставляет практические подходы для их развития.

Ключевые слова: когнитивная грамотность, медиатексты, анализ информации, критическое мышление, образовательные методики, информационное общество, восприятие медиаматериалов, интерактивные платформы, развитие навыков, оценка достоверности

Для цитирования: Хэ Чжаолинь Когнитивная грамотность при анализе медиатекстов: пересечение дисциплин // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 219 – 222.

Поступила в редакцию: 21 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 11 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

В современном информационном обществе, насыщенном разнообразными источниками информации, критический анализ и осмысление текстов и медиаматериалов становятся важными навыками. Когнитивная грамотность, как способность систематически воспринимать, интерпретировать и анализировать информацию с учетом контекста и целей, играет особую роль в адаптации к быстро меняющейся информационной среде [3].

Цифровые технологии и широкий доступ к информации вызвали потребность в развитии навыков анализа и фильтрации данных. Когнитивная грамотность не только обеспечивает эффективное использование информации, но также способствует принятию обоснованных решений на основе достоверных фактов [1].

Медиатексты, сочетающие текст, визуальные и звуковые элементы, занимают значительное место среди источников информации. Анализ медиаматериалов требует не только понимания контента, но и способности распознавать визуальные и текстовые приемы, манипуляции с эмоциями и информацией. Этот анализ способствует формированию более глубокого понимания информации, что является существенным аспектом когнитивной грамотности [3]. Целью данной статьи является рассмотрение роли когнитивной грамотности в анализе медиатекстов и выявление пересечения дисциплин, способствующих ее развитию.

Когнитивная грамотность: основные аспекты

Когнитивная грамотность представляет собой комплекс когнитивных навыков и способностей, позволяющих эффективно обрабатывать и анализировать информацию, принимать обоснованные решения и конструировать знания. Она выходит за рамки базовой грамотности, включая в себя критическое мышление, аналитические навыки, способность к самоконтролю и понимание контекста [5].

Ключевые компоненты когнитивной грамотности включают следующее: 1. Критическое мышление: Этот компонент включает в себя способность анализировать информацию, выявлять недостатки в аргументах, определять противоречия и оценивать достоверность источников. 2. Аналитические навыки: Люди с когнитивной грамотностью обладают способностью разбираться в сложных концепциях, деконструировать проблемы на составляющие части и выявлять паттерны и связи. 3. Оценка информации: Этот аспект включает в себя способность определить, насколько надежны источники информации, какие интересы искажают представленные факты и какие могут быть скрытые мотивы.

4. Самоконтроль и метакогниция: Люди с когнитивной грамотностью способны контролировать свои мысли, эмоции и восприятие, а также осознавать свой познавательный процесс [3].

Аналитические навыки помогают структурировать информацию, выделять ключевые аспекты и находить логические связи между различными элементами контента. Оценка информации позволяет различать достоверные источники от неточных или искаженных, что становится особенно актуальным в эпоху фейковых новостей и дезинформации [1].

Медиатексты как объект анализа

Медиатексты представляют собой многогранную форму коммуникации, объединяющую в себе разнообразные визуальные и текстовые элементы. Они варьируются от классических новостных статей до творче-

ских видеороликов, насыщенных графикой и звуковыми эффектами. Этот диапазон включает в себя репортажи о последних событиях, маркетинговые кампании, контент в социальных медиа и научно-популярные публикации [5]. Такое разнообразие форм способствует эффективному воздействию и привлечению разношерстной аудитории.

Медиатексты обладают несколькими важными характеристиками, которые придают им особый стиль в области коммуникации:

- Визуальный аспект: Интеграция изображений и графики усиливает воздействие текстовой части и способствует более глубокому усвоению информации.

- Краткость и лаконичность: Ограниченный объем медиатекстов обуславливает ясность и четкость передачи мыслей.

- Эмоциональное воздействие: Медиатексты способны вызывать эмоциональные реакции, что позволяет установить более интенсивную связь с аудиторией [4].

Пересечение дисциплин: психология и медиаведение

Взаимосвязь между медиатекстами и когнитивными процессами чрезвычайно глубока, и психология играет важную роль в понимании этой связи. Психологические исследования позволяют понять, как различные элементы медиатекстов воздействуют на восприятие и мышление. Одним из ключевых аспектов здесь является влияние эмоций на восприятие информации из медиатекстов. Психологические механизмы, такие как эффекты эмоционального воздействия и когнитивных искажений, могут влиять на способность анализировать информацию объективно [9].

Медиаведение, как дисциплина, обращает внимание на структуру, стилистику и содержание медиатекстов. Оно анализирует, каким образом элементы текста, звука и изображений объединяются для формирования смысла и воздействия на аудиторию [5]. Исследование визуальных и текстовых аспектов медиатекстов позволяет выявить способы манипуляции, применяемые для воздействия на когнитивные процессы аудитории [4].

Совмещение психологических и медиаведческих подходов дает возможность рассмотреть медиатексты с разных сторон. Психология предоставляет понимание, какие механизмы лежат в основе восприятия и реакции на контент, а медиаведение помогает анализировать сами элементы контента и их влияние на когнитивные процессы [5].

Аспекты когнитивной грамотности при анализе медиатекстов

Критическое мышление играет ключевую роль при анализе медиатекстов. Оно позволяет выявить манипулятивные приемы, такие как подмена фактов, использование эмоций для манипулирования аудиторией и ложная аргументация [3].

Определение надежности информационных источников является важной частью анализа медиатекстов. Когнитивная грамотность помогает различать фактические данные от мнений и домыслов, а также учит определять, какие источники являются достоверными. Когнитивная грамотность помогает анализировать аргументы, представленные в медиатекстах, и оценивать их логическую структуру [5]. Это позволяет выявлять несостыковки, противоречия и слабые места в аргументации.

Применение когнитивной грамотности в практических сферах

В сфере образования развитие когнитивной грамотности является приоритетом. Обучение анализу медиатекстов позволяет студентам развивать критическое мышление, умение находить надежные источники и аргументированно высказываться.

Средства массовой информации несут ответственность за передачу достоверной информации. Когнитивная грамотность журналистов позволяет формировать качественные материалы, основанные на проверенных фактах [2].

Когнитивно грамотные люди могут лучше осмысливать информацию, которую они получают из медиатекстов, и формировать обоснованные общественные мнения. В образовательных средах важно внедрять методики, способствующие развитию критического мышления. Контекстные задания, дебаты и анализ реальных медиатекстов могут эффективно тренировать этот навык [3].

Интерактивные платформы позволяют студентам и учащимся учиться через практические задания, требующие анализа медиатекстов и применения когнитивной грамотности. Практическое применение навыков анализа медиатекстов в реальных ситуациях – от создания проектов до написания статей – способствует закреплению полученных знаний и развитию когнитивной грамотности [6].

Обучающие методики и подходы для стимулирования критического мышления

Развитие критического мышления – один из ключевых аспектов когнитивной грамотности при анализе медиатекстов. Образовательные методики, способствующие стимулированию этого навыка, играют важную роль в подготовке студентов и учащихся к анализу информации из медиатекстов.

Одним из эффективных способов развития критического мышления является предоставление студентам реальных ситуаций или кейсов для анализа. Это может быть анализ новостной статьи, оценка рекламной кампании или интерпретация видеоролика. Студентам предоставляется возможность разбираться в сложных ситуациях, выявлять факторы влияния и формулировать свои выводы [2].

Дебаты и обсуждения стимулируют аналитическое мышление и способствуют развитию аргументации. Студенты могут изучать различные точки зрения, анализировать аргументы и взаимодействовать с другими участниками для формирования комплексного понимания темы [6].

Современные образовательные платформы предоставляют множество инструментов для тренировки аналитических навыков и развития критического мышления. Интерактивные образовательные платформы позволяют создавать симуляции и виртуальные кейсы, которые погружают студентов в реалистичные ситуации и требуют анализа и принятия решений [2]. Это помогает развивать способность критически мыслить в контексте реальных ситуаций.

Образовательные платформы могут предоставлять немедленную обратную связь по результатам анализа медиатекстов. Студенты могут видеть свои ошибки и недочеты, что способствует более глубокому пониманию анализируемой информации.

Когнитивная грамотность находит свое практическое применение через выполнение заданий и проектов. Студентам можно предложить разрабатывать проекты, связанные с анализом медиатекстов. Это может быть исследование влияния рекламы на массовое сознание, анализ новостных искажений или создание медийной кампании [6].

Заключение

В данной статье исследовали тесное взаимодействие между когнитивной грамотностью и анализом медиатекстов. Медиатексты, представляющие собой синтез текста, звука, изображений и видео, стали неотъемлемой частью современной информационной среды. Когнитивная грамотность, включающая в себя критическое мышление, аналитические навыки и способность к оценке информации, является ключевым фактором для адекватного восприятия и анализа таких текстов.

Современное информационное общество сталкивается с огромным объемом информации, поступающей из разнообразных источников и форматов. В такой среде развитие когнитивной грамотности становится необходимостью. Она помогает нам разбираться в сложной информационной действительности, распознавать манипуляции и искажения, а также формировать осознанные и обоснованные мнения.

Поле исследования взаимосвязи между когнитивной грамотностью и анализом медиатекстов остается очень актуальным и перспективным. Дальнейшие исследования могут направиться на более глубокое понимание того, как различные типы медиатекстов воздействуют на когнитивные процессы, а также на разработку эффективных образовательных методик для развития когнитивной грамотности.

Литература

1. Андерсон К.А., Дилл К.Э. Видеоигры и агрессивные мысли, чувства и поведение в лаборатории и повседневной жизни // Журнал личности и социальной психологии. 2000. № 78 (4). С. 772 – 790.
2. Бакингом Д. Медиаобразование: грамотность, обучение и современная культура. Малден: Издательство Джона Уайли и Сыновей, 2008. С. 150-179.
3. Дельгадо М.А., Нуньес Х., Ромеро Х. Санчес Когнитивная грамотность и ее связь с навыками критического мышления у студентов университета // *Frontiers in Psychology*. 2019. № 10. С. 21 – 35.
4. Дженкинс Г. Культура схождения: где старые и новые медиа сталкиваются. Нью-Йорк: Издательство Нью-Йоркского университета, 2006. С. 157 – 162.
5. Кольтай Т. Медиа и грамотности: медиаграмотность, информационная грамотность, цифровая грамотность // *Медиа, культура и общество*. 2011. № 33 (2). С. 211 – 221.
6. Мецгер М.Дж.А. Дж. Флэнагин Достоверность и доверие к информации в онлайн-средах: использование когнитивных эвристик // *Журнал прагматики*. 2013. № 59. С. 210 – 220.
7. Криволапова Н.А., Честюнина Н.Д. Формирование основ инженерной грамотности младших школьников в условиях интегрированного обучения // *Вестник педагогических наук*. 2022. № 7. С. 204 – 208.
8. Тетина С.В., Гутрова Ю.В. Современные образовательные технологии в формировании и развитии функциональной грамотности обучающихся // *Современный ученый*. 2021. № 4. С. 133 – 138.
9. Ван Дейк Я. Культура связности: критическая история социальных медиа. Оксфорд: Издательство Оксфордского университета, 2013. С. 195 – 197.

References

1. Anderson K.A., Dill K.Je. Videoigry i agressivnye mysli, chuvstva i povedenie v laboratorii i povsednevnoj zhizni. Zhurnal lichnosti i social'noj psihologii. 2000. № 78 (4). S. 772 – 790.
2. Bakingem D. Mediaobrazovanie: gramotnost', obuchenie i sovremennaja kul'tura. Malden: Izdatel'stvo Dzho-na Uajli i Synovej, 2008. S. 150-179.
3. Del'gado M.A., Nun'es H., Romero H. Sanches Kognitivnaja gramotnost' i ee svjaz' s navykami kriticheskogo myshlenija u studentov universiteta. Frontiers in Psychology. 2019. № 10. S. 21 – 35.
4. Dzhenkins G. Kul'tura shozhdenija: gde starye i novye media stalkivajutsja. N'ju-Jork: Izdatel'stvo N'ju-Jorskogo universiteta, 2006. S. 157 – 162.
5. Kol'taj T. Media i gramotnosti: mediagramotnost', informacionnaja gramotnost', cifrovaja gramotnost'. Media, kul'tura i obshhestvo. 2011. № 33 (2). S. 211 – 221.
6. Mecger M.Dzh.A. Dzh. Fljenagin Dostovernost' i doverie k informacii v onlajn-sredah: ispol'zovanie kognitivnyh jevristik. Zhurnal pragmatiki. 2013. № 59. S. 210 – 220.
7. Krivolapova N.A., CHestyunina N.D. Formirovanie osnov inzhenernoj gramotnosti mladshih shkol'nikov v usloviyah integrirovannogo obucheniya. Vestnik pedagogicheskikh nauk. 2022. № 7. S. 204 – 208.
8. Tetina S.V., Gutrova YU.V. Sovremennye obrazovatel'nye tekhnologii v formirovaniii i razvitii funkcional'noj gramotnosti obuchayushchihsya. Sovremennyj uchenyj. 2021. № 4. S. 133 – 138.
9. Van Dejk Ja. Kul'tura svjaznosti: kriticheskaja istorija social'nyh media. Oksford: Izdatel'stvo Oksfordskogo universiteta, 2013. S. 195 – 197.

*He Chzhaolin',
Moscow State Linguistic University*

Cognitive literacy in the analysis of media texts: the intersection of disciplines

Abstract: in the contemporary information society, skills of critical analysis and comprehension of media texts have become essential for adequate information perception. This article examines the concept of cognitive literacy and its role in the analysis of media texts. Cognitive literacy enables systematic perception, interpretation, and analysis of information, as well as critical evaluation of diverse media materials. The article also emphasizes the significance of developing these skills in the modern information environment and offers practical approaches for their enhancement.

Keywords: cognitive literacy, media texts, information analysis, critical thinking, educational methodologies, information society, media material perception, interactive platforms, skill development, credibility assessment

For citation: He Chzhaolin' Cognitive literacy in the analysis of media texts: the intersection of disciplines. Philological Sciences Bulletin. 2023. 3 (8). P. 219 – 222.

Received: July 21, 2023; Revised: August 11, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Власова О.В., старший преподаватель,
Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения*

О соотношении компонентов в креолизованном тексте в англоязычной литературе

Аннотация: в настоящей статье производится сравнительный анализ зарубежных работ, посвященных изучению креолизованного текста. Изучение объектов, являющихся сочетанием текста и изображения, в данный момент является предметом изучения таких дисциплин как история искусства, литературоведение, социология, антропология и некоторых других, представляя собой актуальную для современной науки задачу. В то время как в русскоязычных работах и их переводах на английский язык фигурирует понятие «creolized text», в зарубежных работах не был выработан единый термин для описания текстов, сочетающих в себе разного рода компоненты. Также можно говорить о различии в подходах к пониманию данного объекта изучения. В настоящей работе рассматриваются «мультимодальные» и «визуально-вербальные» тексты в понимании зарубежных авторов. Выделяются основные труды различных зарубежных ученых, посвященных данной теме. Приводятся определения мультимодальных и визуально-вербальных текстов, а также отмечаются особенности соотношения компонентов в мультимодальных текстах и выявляется их взаимодополняющая роль. Производится попытка провести сравнительный анализ различных подходов к описанию мультимодальных текстов. В конце статьи приводятся выводы, полученные после изучения материала.

Ключевые слова креолизованный текст, визуально-вербальный текст, мультимодальный текст, компонент, текст, соотношение компонентов, визуальный компонент, вербальный компонент

Для цитирования: Власова О.В. О соотношении компонентов в креолизованном тексте в англоязычной литературе // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 223 – 229.

Поступила в редакцию: 23 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 15 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Согласно классическому определению, под термином «креолизованный текст» принято понимать «тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык))» [1, с. 181].

Изучением креолизованных текстов под тем или иным названием (поликодовый [2, с. 51], изовербальный комплекс, лингговизуальный комплекс, видеовербальный текст, и др. [3, с. 134, 4]) занимаются как в России, так и за рубежом. Однако унифицированное названия для данного вида текстов не выработано, а термин «creolized (creolised) text» используется, как правило, в работах отечественных ученых при переводе их статей на английский язык или в аннотациях [5, 6 и др.]. Данный аспект отмечается также М.А. Беловой, которая приходит к выводу о том, что исследования в области креолизованных текстах ведутся как на русском, так и на английском языке, но отсутствие единых терминов «может привести к осложнению процесса обмена знаниями» [7, с. 60].

Изучение объектов, сочетающих в себе текст и изображение, является «актуальной междисциплинарной задачей, в частности, для таких дисциплин, как история искусства, литературоведение, социология и антропология, коммуникативистика и образование» [8].

Исследования в области корпусной лингвистики, связанные с разработкой инструментария, составлением, разметкой и исследованием языковых корпусов письменной (преимущественно) и устной речи, транскрибированной в письменной форме (в меньшей степени), в настоящее время все чаще говорят о необходимости составления мультимодальных корпусов [9, 10, 11], что свидетельствует о всё возрастающей важности изучения текстов, сочетающих в себе различные компоненты. Однако, важно отметить, что в данных работах центральная роль отводится речи и письму, в то время как остальным типам компонентов в тексте присваивается вспомогательная роль.

В зарубежных работах фигурируют несколько терминов, отмечающих визуальный и вербальный аспекты явления креолизованного текста – «визуально-вербальный текст» [12, 13 и др.], а также термин «мультимодальный текст» [14], которые и будут использоваться в качестве основы настоящего исследования.

Е. Адами отмечает, что мультимодальность как феномен коммуникации означает сочетание в текстах и коммуникативных актах различных семиотических ресурсов, или форм, таких как неподвижное и движущееся изображение, речь, письмо, оформление, жест и/или проксемика [14].

Мультимодальные тексты включают компоненты нескольких типов: лингвистические, визуальные, жестовые, пространственные и звуковые [15], но наиболее частотными для изучения являются лингвистические, визуальные и жестовые компоненты.

Е. Адами при изучении мультимодальности рассматривает в том числе и цифровые тексты [14]. Она отмечает, что использование определенных цветов, шрифтов и выбор тех или иных компонентов модальности в изображениях несет в себе определенные смыслы, которые формируются в социуме и различаются в разных культурах. То есть использование всех ресурсов модальности носит принципиальный характер, а ресурсы обладают смысловыми потенциалами, которые задаются историей их использования в прошлом. Даже если они отсутствуют в явном виде, существуют жанрово-контекстные, социо- и культурно-специфические нормы употребления тех или иных компонентов. Это естественные нормы, обусловленные закономерностями и вариациями в прошлом и настоящем использования того или иного модального ресурса. Так, по общему мультимодальному оформлению веб-страницы, использованию цвета, расположению элементов, шрифтов, изображений и надписей можно интуитивно определить, насколько профессионально или любительски она оформлена, к кому обращена – к детям или взрослым, к специалистам или к обывателям, к представителям определенной социальной группы – по полу, возрасту, образованию, профессии и образу жизни.

Как в зарубежных, так и отечественных источниках отмечается важность всех компонентов креолизованного текста. Обозначается, в частности, существенное значение взаимоотношений вербального компонента и изображения в учебниках, что является первостепенным для рассмотрения вопросом [16].

Бейтман рассматривает область взаимоотношений текста и изображения как частный случай мультимодальности. Сочетание двух способов коммуникации (текста и изображения), как, например, на первой полосе газеты или на географической карте, означает нечто большее, чем слияние их соответствующих смыслов. Согласно теориям мультимодальности, в силу своего совместного присутствия текстовые и изобразительные смыслы усиливают друг друга таким образом, что их можно описать, классифицировать и оценить с точки зрения воздействия или эффективности. Он также отмечает, что есть два основных контекста, в которых можно обнаружить взаимосвязь текста и изображения: визуальное повествование (в частности, книжки с картинками и комиксы) и визуальное убеждение (схемы и рекламные объявления) [12].

В основе англоязычных работ, как правило, лежит работа М. Халлидея [17] по системно-функциональной лингвистике. Прежде всего, лингвист отмечает, что текст «представляет собой богатое, многогранное явление, которое «означает» по-разному» [17: 3]. Автор также выделил идейные (ideational), межличностные (interpersonal) и текстовые (textual) метафункции лингвистики. При этом идейная метафункция связана с осознанием «реальности, событий и опыта», межличностная – с установлением и поддержанием социальных связей, а текстовая – с реализацией организации дискурса, посредством которого осуществляется управление и поддержание «потока информации» [18, 19, 20]. Кроме того, визуальные смыслы и их соотношение с вербальными значениями разрабатываются в рамках понятий межсемиотической взаимодополняемости.

А. Пагано, Ф. де Паула, К. Феррегуэти провели анализ детских книг с иллюстрациями на английском и португальском языках, основываясь на идейной (или экспериментальной) метафункции, т.е. на построении репрезентативных смыслов [21]. В ходе исследования авторы пришли к выводу о том, что «разделение труда» между визуальным и вербальным компонентами текста является важной особенностью иллюстрированных книг. Отмечается, что вербальный компонент имеет тенденцию к детализации визуального текста, а визуальный текст усиливает вербальный. При подведении итогов, авторы замечают, что в иллюстрированных книгах вербальный компонент играет значительно большую роль в конструировании смысла, нежели визуальный.

Детская литература с точки зрения соотношения вербального и визуального компонентов изучается и в работе И. Дамаянти [22]. Анализ визуального и вербального компонентов в книге с иллюстрациями сосредоточен на идейном совпадении и идейном взаимодополнении. Результаты показывают, что смыслы в рассматриваемой авторами книге согласовываются через вербальные и визуальные компоненты текста, которые могут как дополнять друг друга, так и не соответствовать друг другу. В ходе анализа удалось выявить два типа взаимосвязей между визуальным и вербальным компонентами, представленными в книге. Первый – это идейное совпадение, означающее эквивалентность участников, процесса и обстоятельств, изображенных посредством визуальных и вербальных компонентов. Второй – взаимодополнение идей, когда визуальный и вербальный компонент расширяют смыслы или добавляют новую информацию друг к другу.

А. Гихарро [23] утверждает, что в большинстве работ по исследованию детской литературы, где она анализировалась с точки зрения психологии развития, терапевтического воздействия на детей и др., визуальный компонент рассматривался как вторичный, практически не учитывая связь с вербальной составля-

ющей. Однако за последние годы было отмечено, как эти две формы коммуникации, вербальная и визуальная, взаимодействуют в создании смысла в книжках с иллюстрациями. Все они сводятся к тому, что отношения между вербальными и визуальными компонентами представляют собой либо случаи, когда изображения просто иллюстрируют или передают слова, либо случаи с более сложными и изощренными формами взаимодействия. Более сложное взаимодействие возникает, когда вербальные и невербальные компоненты не являются взаимодополняющими или когда они отражают разные или противоречащие друг другу смыслы. Таким образом, для понимания смысла необходим не только анализа языка в тексте, но и изучения других семиотических ресурсов, таких как изображения, жесты или звуки.

Л. Сапранер отмечает и обосновывает значимость вербального, визуального и голосового (интонационного) компонентов при проведении виртуальных конференций [24]. О важной роли невербальных аспектов коммуникации, таких как жесты, акценты, интонация, мимика и др. заявляет и множество других авторов [25, 26 и др.]

Большинством авторов отмечается доминирующая роль вербального компонента в креолизованном тексте, в то время как невербальные компоненты заключают в себе лишь дополняющую или усиливающую роль.

Так, в одной из работ [25] описывается эксперимент, в ходе которого лингвисты подтвердили, что невербальные аспекты коммуникации способны оказывать положительное влияние на увещательную коммуникацию при определенных обстоятельствах, но доминирующим значением в данном случае обладает вербальное содержание.

С. Макуч [26] отмечает, что язык жестов, являясь частью невербальных средств коммуникации, обладает мощным потенциалом, с помощью которого можно усилить успешность и эффект коммуникации. Автор, в частности, утверждает, что на основе социальных сигналов можно, например, оценить успешность прохождения собеседования, но, тем не менее, самостоятельным потенциалом обладает именно речь.

Дополняющий эффект невербальных аспектов коммуникации упоминается также в работе Д. Эзель [27]. Визуальная коммуникация, как процесс передачи сообщения с использованием визуальных элементов с целью побуждения к определенным изменениям или эмоциям, несомненно, важна, поскольку реципиент легче ее воспринимает, что усиливает его вовлеченность, и что позволяет «закрыть брешь», оставшуюся при традиционной коммуникации (в качестве примера автор приводит процесс обучения). А. Винчиарелли и Г. Мохаммади [28] придерживаются аналогичного мнения: основной канал, который позволяет «проникнуть» в мир другого человека с помощью жестов, мимики и эмоций, – это невербальное общение, которое может лежать в основе компьютеризированного изучения психологических особенностей личности.

Взаимодополняющая роль компонентов в креолизованном тексте находит отражение и в работе А. Сугианто [16]. В ходе исследования автор выявил, что мультимодальный текст, включающий фонический материал, действительно обладает содержательным смыслом, проявляющимся в различных формах, и обнаруживается синергия между визуальными и вербальными смыслами, реализуемая с помощью идейной межсемиотической взаимодополняемости. Иными словами, система идейной межсемиотической взаимодополняемости была признана эффективным инструментом для отражения взаимосвязи между визуальными и вербальными смыслами фонического материала.

Ряд авторов, тем не менее, делает акцент на доминировании вербального аспекта. Так, Ф. Нагель, М. Маурер, К. Райнеманн [29] провели анализ политических выступлений, в ходе которого выявлено преобладание вербального компонента в данном типе текстов: первое впечатление реципиента о потенциальном кандидате на выборах складывается на основе речей.

Интересной также представляется точка зрения Р. Мейера и др. [13]. Авторы отмечают мультимодальность институтов (как системы взаимосвязанных норм). Постоянно расширяющийся доступ к визуальным и цифровым формам выражения делает процесс создания, функционирования и трансформации институтов все более разнообразным с точки зрения используемых семиотических ресурсов. Без «мультимодальной грамотности» и соответствующей аналитической компетентности исследователей при исследовании институтов можно упустить существенные аспекты того, как они возникают, укрепляются и, в конечном счете, распадаются. Р. Мейер и др. полагают, что вербальные и визуальные формы выражения играют различные – и потенциально взаимодополняющие – роли в институционализации новых идей.

Важной является и работа семиотика Тьерри Гронстина [30], в связи с его вкладом в изучение комиксов. Автор является одним из немногих ученых, кто рассматривал отношения между самими изображениями, а не только между текстом и изображением.

Таким образом, при изучении компонентов мультимодальных или визуально-вербальных текстов, несмотря на отсутствие единой терминологии, зарубежные авторы отмечают у них функцию взаимодополнения, при этом лингвисты сходятся во мнении, что доминирующей позицией обладает вербальный компо-

нент, а невербальный лишь дополняет и усиливает смысл, заложенный в вербальном компоненте. Невербальные составляющие, тем не менее, важны: креолизованные тексты могут использоваться в обучающем материале (поскольку невербальные компоненты, в частности, изображения легче воспринимаются реципиентом, что позволяет дополнить и прояснить теоретический материал), а сами невербальные компоненты могут лежать в основе ряда исследований, например, по изучению психологических особенностей личности или характеристик целевой аудитории материала.

Литература

1. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М.: Ин-т языкознания РАН, 1990. С. 180 – 186.
2. Большаянова Л.М. Внешняя организация газетного текста поликодового характера // Типы коммуникации и содержательный аспект языка. М., 1987. С. 50 – 56.
3. Шакер И.Т. Креолизованный текст как средство современной коммуникации: вербальная и визуальная составляющие // Научный форум: Филология, искусствоведение и культурология: сб. ст. по материалам III междунар. Заочной науч.-практ. конф. М.: Изд. «МЦНО», 2017. № 1 (3). С. 131 – 142.
4. Максименко О.И. Поликодовый vs. креолизованный текст: проблема терминологии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2012. № 2. С. 93 – 102.
5. Platonova Y., Tarasova E., Golubinskaya A. Creolized Text as a form of Modern Educational Discourse // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2015. URL: https://www.researchgate.net/publication/287157971_Creolized_Text_as_a_form_of_Modern_Educational_Discourse (дата обращения: 21.05.2023)
6. Driga S. Creolized Text As An Object Of Interdisciplinary Analysis // In I.V. Denisova (Ed.), Word, Utterance, Text: Cognitive, Pragmatic and Cultural Aspects, vol 39. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. Future Academy. 2018. P. 543 – 547.
7. Белова М.А. Понятия «девербализации» и «креолизованного текста» через призму англоязычных исследований // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 1 (43).
8. Hardy-Vallée M. Text and image: a critical introduction to the visual/verbal divide by John A. Bateman // Visual Studies. 2016. № 31:4. P. 366 – 368.
9. Adolphs S., Carter R. Beyond the word. New challenges in analysing corpora of spoken English // European Journal of English Studies. 2007. № 11 (2). P. 133 – 146.
10. Allwood J. Multimodal corpora // In A. Lüdeling and M. Kytö (eds.) Corpus linguistics. An international handbook (Berlin: Mouton De Gruyter). 2008. P. 207 – 225.
11. Haugh M. Designing a Multimodal Spoken Component of the Australian National Corpus // In M. Haugh and et al. (eds.) Selected Proceedings of the 2008 HCSNet Workshop on Designing the Australian National Corpus (Somerville: Cascadilla Proceedings Project). 2009. P. 74 – 86.
12. Bateman J. Text and Image: A Critical Introduction to the Visual // Verbal Divide Routledge. 2014. 276 p.
13. Meyer R., Jancsary D., Höllerer M.A., Boxenbaum E. The Role of Verbal and Visual Text in the Process of Institutionalization. Academy of Management Review. 2018. № 43 (3). P. 392 – 418.
14. Adami E. Multimodality. 2016. URL: <https://www.academia.edu/18853213/Multimodality> (дата обращения: 21.04.2023)
15. Multimodal Texts / StudySmarter. URL: <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/english/graphology/multimodal-texts/> (дата обращения: 21.05.2023)
16. Sugianto A., Andriyani D., Prasetyo I.A. The visual-verbal text interrelation: Lessons from the ideational meanings of a phonics material in a primary level EFL textbook // EnJourMe (English Journal of Merdeka): Culture, Language, and Teaching of English. 2021. Vol. 6. № 1. P. 1 – 10.
17. Halliday M.A.K., Matthiessen C.M.I. M. An introduction to functional grammar (Fourth Edit). 2014. 808 p.
18. Eggins S. An Introduction to Systemic Functional Linguistics. 2004. URL: https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/An_Introduction_to_SFL_2nd_edition_Suzanne_Eggins.pdf (дата обращения: 25.06.2023)
19. Emilia E. Introducing functional grammar // Pustaka Jaya. 2014.
20. Gunawan W. Systemic functional linguistics (SFL) and teacher education in EFL context. UPI Press. 2020.
21. Pagano A.S., de Paula F.F., Ferregueti K. Verbal and Verbal-Visual Logico-Semantic Relations in Picture-books: an English-Brazilian Portuguese Parallel Corpus Study. 2017. URL: <https://www.redalyc.org/journal/4783/478358393004/html/> (дата обращения: 20.05.2023)

22. Damayanti I.L., Moecharam N.Y., Asyifa F. Unfolding layers of meanings: Visual-verbal relations in Just Ask-a children's picture book // Indonesian Journal of Applied Linguistics. 2021. № 11 (2). P. 372 – 381.
23. Guijarro A.J.M., Sanz M.J.P. On Interaction of Image and Verbal Text in a Picture Book. A Multimodal and Systemic Functional Study // Ventola E., Guijarro A.J.M. (eds) The World Told and the World Shown. Palgrave Macmillan, London. 2009.
24. Supraner L. Verbal, Visual and Vocal: Communicating Clearly In Virtual Meetings. 2020. URL: <https://sapagp.org/verbal-visual-and-vocal-communicating-clearly-in-virtual-meetings/> (дата обращения: 01.03.2023)
25. Jakob N., Roessing T., Petersen T. The effects of verbal and nonverbal elements in persuasive communication: Findings from two multi-method experiments. 2011. URL: https://www.researchgate.net/publication/271390316_The_effects_of_verbal_and_nonverbal_elements_in_persuasive_communication_Findings_from_two_multi-method_experiments (дата обращения: 25.02.2023)
26. Macuch S., Holler J., Ozyurek A., Roberts S.G. Multimodality and the origin of a novel communication system in face-to-face interaction. 2020. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7029942/> (дата обращения: 17.02.2023)
27. Ezelle D. How To Use Visual Communication and Why It Matters. 2022. URL: <https://www.techsmith.com/blog/why-visual-communication-matters/> (дата обращения: 4.03.2023)
28. Vinciarelli A., Mohammadi G. Towards a Technology of Nonverbal Communication: Vocal Behavior in Social and Affective Phenomena. 2011. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=d47d9227b5549d1470a6d94fbabf26974530a667> (дата обращения: 26.02.2023)
29. Nagel F., Maurer M., Reinemann C. Is There a Visual Dominance in Political Communication? How Verbal, Visual, and Vocal Communication Shape Viewers' Impressions of Political Candidates // Journal of Communication. 2012. Vol. 62. Issue 5. P. 833 – 850.
30. Groensteen T. The System of Comics. University Press of Mississippi. 2007. 188 p.

References

1. Sorokin Ju.A., Tarasov E.F. Kreolizovannye teksty i ih kommunikativnaja funkcija. Optimizacija rechevogo vozdejstvija. M.: In-t jazykoznanija RAN, 1990. S. 180 – 186.
2. Bol'shijanova L.M. Vneshnjaja organizacija gazetnogo teksta polikodovogo haraktera. Tipy kommunikacii i sodержatel'nyj aspekt jazyka. M., 1987. S. 50 – 56.
3. Shaker I.T. Kreolizovannyj tekst kak sredstvo sovremennoj kommunikacii: verbal'naja i vizual'naja sostavljajushhie. Nauchnyj forum: Filologija, iskusstvovedenie i kulturologija: sb. st. po materialam III mezhdunar. Zaochnoj nauch.-prakt. konf. M.: Izd. «MCNO», 2017. № 1 (3). S. 131 – 142.
4. Maksimenko O.I. Polikodovyj vs. kreolizovannyj tekst: problema terminologii. Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Serija: Teorija jazyka. Semiotika. Semantika. 2012. № 2. S. 93 – 102.
5. Platonova Y., Tarasova E., Golubinskaya A. Creolized Text as a form of Modern Educational Discourse. Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2015. URL: https://www.researchgate.net/publication/287157971_Creolized_Text_as_a_form_of_Modern_Educational_Discourse (дата обращения: 21.05.2023)
6. Driga S. Creolized Text As An Object Of Interdisciplinary Analysis. In I.V. Denisova (Ed.), Word, Utterance, Text: Cognitive, Pragmatic and Cultural Aspects, vol 39. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. Future Academy. 2018. P. 543 – 547.
7. Belova M.A. Ponjatija «deverbalizacii» i «kreolizovannogo teksta» cherez prizmu anglojazychnyh issledovanij. Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal. 2016. № 1 (43).
8. Hardy-Vallée M. Text and image: a critical introduction to the visual/verbal divide by John A. Bateman. Visual Studies. 2016. № 31:4. P. 366 – 368.
9. Adolphs S., Carter R. Beyond the word. New challenges in analysing corpora of spoken English. European Journal of English Studies. 2007. № 11 (2). P. 133 – 146.
10. Allwood J. Multimodal corpora. In A. Lüdeling and M. Kytö (eds.) Corpus linguistics. An international handbook (Berlin: Mouton De Gruyter). 2008. P. 207 – 225.
11. Haugh M. Designing a Multimodal Spoken Component of the Australian National Corpus. In M. Haugh and et al. (eds.) Selected Proceedings of the 2008 HCSNet Workshop on Designing the Australian National Corpus (Somerville: Cascadilla Proceedings Project). 2009. P. 74 – 86.
12. Bateman J. Text and Image: A Critical Introduction to the Visual. Verbal Divide Routledge. 2014. 276 p.

13. Meyer R., Jancsary D., Höllerer M.A., Boxenbaum E. The Role of Verbal and Visual Text in the Process of Institutionalization. *Academy of Management Review*. 2018. № 43 (3). P. 392 – 418.
14. Adami E. Multimodality. 2016. URL: <https://www.academia.edu/18853213/Multimodality> (data obrashhenija: 21.04.2023)
15. Multimodal Texts. StudySmarter. URL: <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/english/graphology/multimodal-texts/> (data obrashhenija: 21.05.2023)
16. Sugianto A., Andriyani D., Prasetyo I.A. The visual-verbal text interrelation: Lessons from the ideational meanings of a phonics material in a primary level EFL textbook. *EnJourMe (English Journal of Merdeka): Culture, Language, and Teaching of English*. 2021. Vol. 6. № 1. P. 1 – 10.
17. Halliday M.A.K., Matthiessen C.M.I. M. *An introduction to functional grammar (Fourth Edit)*. 2014. 808 p.
18. Eggins S. *An Introduction to Systemic Functional Linguistics*. 2004. URL: https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/An_Introduction_to_SFL_2nd_edition_Suzanne_Eggins.pdf (data obrashhenija: 25.06.2023)
19. Emilia E. *Introducing functional grammar*. Pustaka Jaya. 2014.
20. Gunawan W. *Systemic functional linguistics (SFL) and teacher education in EFL context*. UPI Press. 2020.
21. Pagano A.S., de Paula F.F., Ferregueti K. Verbal and Verbal-Visual Logico-Semantic Relations in Picturebooks: an English-Brazilian Portuguese Parallel Corpus Study. 2017. URL: <https://www.redalyc.org/journal/4783/478358393004/html/> (data obrashhenija: 20.05.2023)
22. Damayanti I.L., Moecharam N.Y., Asyifa F. Unfolding layers of meanings: Visual-verbal relations in Just Ask-a children's picture book. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*. 2021. № 11 (2). P. 372 – 381.
23. Guijarro A.J.M., Sanz M.J.P. On Interaction of Image and Verbal Text in a Picture Book. A Multi-modal and Systemic Functional Study // Ventola E., Guijarro A.J.M. (eds) *The World Told and the World Shown*. Palgrave Macmillan, London. 2009.
24. Supraner L. Verbal, Visual and Vocal: Communicating Clearly In Virtual Meetings. 2020. URL: <https://sapagp.org/verbal-visual-and-vocal-communicating-clearly-in-virtual-meetings/> (data obrashhenija: 01.03.2023)
25. Jakob N., Roessing T., Petersen T. The effects of verbal and nonverbal elements in persuasive communication: Findings from two multi-method experiments. 2011. URL: https://www.researchgate.net/publication/271390316_The_effects_of_verbal_and_nonverbal_elements_in_persuasive_communication_Findings_from_two_multi-method_experiments (data obrashhenija: 25.02.2023)
26. Macuch S., Holler J., Ozyurek A., Roberts S.G. Multimodality and the origin of a novel communication system in face-to-face interaction. 2020. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7029942/> (data obrashhenija: 17.02.2023)
27. Ezelle D. How To Use Visual Communication and Why It Matters. 2022. URL: <https://www.techsmith.com/blog/why-visual-communication-matters/> (data obrashhenija: 4.03.2023)
28. Vinciarelli A., Mohammadi G. Towards a Technology of Nonverbal Communication: Vocal Behavior in Social and Affective Phenomena. 2011. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=d47d9227b5549d1470a6d94fbabf26974530a667> (data obrashhenija: 26.02.2023)
29. Nagel F., Maurer M., Reinemann C. Is There a Visual Dominance in Political Communication? How Verbal, Visual, and Vocal Communication Shape Viewers' Impressions of Political Candidates. *Journal of Communication*. 2012. Vol. 62. Issue 5. P. 833 – 850.
30. Groensteen T. *The System of Comics*. University Press of Mississippi. 2007. 188 p.

*Vlasova O.V., Senior Lecturer,
Saint-Petersburg State University of Aerospace Instrumentation*

On the correlation of components in the creolized text in English-language literature

Abstract: this article presents a comparative analysis of foreign works devoted to the study of creolized text. The investigation of objects that are a combination of text and image is currently the subject of study of such disciplines as art history, literary studies, sociology, anthropology and some others, representing an essential task for modern science. While Russian-language works and their translations into English include the concept of "creolized text", foreign works have not developed a single term to describe texts combining different kinds of components. It is also possible to discuss the difference in approaches to understanding this object of study. This paper considers "multimodal" and "visual-verbal" texts in the understanding of foreign authors. The main works of various foreign scholars devoted to this topic are highlighted. The definitions of multimodal and visual-verbal texts are given, as well as the peculiarities of the correlation of components in multimodal texts are noted and their complementary role is revealed. A comparative analysis of different approaches to the description of multimodal texts is made. The article summarizes the conclusions obtained after the study of the material.

Keywords: creolized text, visual-verbal text, multimodal text, component, text, component correlation, visual component, verbal component

For citation: Vlasova O.V. On the correlation of components in the creolized text in English-language literature. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 223 – 229.

Received: July 23, 2023; Revised: August 15, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Мишункина М.Н., доцент,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
1-ый заместитель генерального директора АО «Аргументы и Факты»,
заместитель Председателя Общественного совета при Федеральном агентстве лесного хозяйства*

Трансформация интерактивности в современном мире. Обратная связь с читателем как способ наращивания аудитории и формирования актуального контента

Аннотация: цифровые трансформации значительно влияют на типологические модели медиакommunikаций, увеличивая их динамизм и сложность, а также усиливая их влияние на журналистику. В статье автор описывает и анализирует изменения в типологических моделях медиакommunikаций в условиях цифровых трансформаций, проводит практический анализ применения этих моделей, а также формулирует выводы относительно текущего состояния и возможных перспектив развития типологических моделей медиакommunikаций в цифровую эпоху.

Ключевые слова: медиакommunikации, журналистика, типологические модели, интерактивность, цифровые трансформации

Для цитирования: Мишункина М.Н. Трансформация интерактивности в современном мире. Обратная связь с читателем как способ наращивания аудитории и формирования актуального контента // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 230 – 238.

Поступила в редакцию: 17 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 10 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Введение

В условиях технологического развития и постоянного цифрового преобразования медиаиндустрии, вопросы, связанные с моделями медиакommunikаций становятся предметом все более насущного интереса. Цифровые технологии значительно меняют процессы производства, распространения и потребления информации. Традиционные модели медиакommunikации, опирающиеся на принципы одностороннего вещания, сегодня уже не могут полностью удовлетворить потребности аудитории и редакторов.

В условиях глобализации и сложных процессов конвергенции и дeонвергенции медиа, роста значения платформенных решений, становится актуальным исследование различных типологических моделей медиакommunikаций, включая многоплатформенные и мультимедийные. Постоянное внедрение цифровых технологий в журналистскую практику также делает актуальным исследование новых форм коммуникации, например, виртуальной и дополненной реальности, интерактивного сторителлинга, использование больших данных в журналистике и другие.

Также необходимо отметить, что цифровые трансформации и новые модели медиакommunikаций вносят изменения не только в технологический процесс, но и в этос профессии, в принципы журналистской этики, подходы к выбору и проверке источников, стилю подачи материала и т.д. Таким образом, понимание новых типологических моделей медиакommunikаций в условиях цифровых трансформаций имеет не только теоретическую, но и практическую значимость, обеспечивая подготовку журналистов к работе в меняющемся медиапространстве.

Теоретический обзор типологии медиакommunikаций

Медиакommunikации можно определить как процессы обмена информацией, идеями или мнениями, которые происходят через различные медиаканалы [17, р. 623], такие как телевидение, радио, печатные издания, интернет и социальные сети. Они включают в себя различные формы коммуникации, включая журналистику, рекламу, пиар, онлайн-коммуникацию и многое другое. Медиакommunikации играют важную роль в формировании общественного мнения, влияют на политические процессы и культуру общества [11, р. 288].

Журналистика – это одна из ключевых форм медиакommunikаций, она занимается сбором, обработкой и распространением новостей и информации. Являясь важнейшим институтом современного общества [3, с. 5-41], играет существенную роль в его жизни, информируя граждан и способствуя прозрачности и ответственности.

Цифровые технологии и интернет значительно изменили медиакommunikации и журналистику, обеспечивая новые формы и каналы для обмена информацией и идеями. Это включает в себя социальные медиа, блоги, подкасты, цифровые новости и многое другое. Эти изменения привели к новым возможностям, та-

ким как глобализация и демократизация медиакоммуникаций, но также вызвали новые проблемы и вызовы, включая вопросы о достоверности информации и влиянии на общество [14].

Медиакоммуникации представляют собой сложный и многогранный процесс, который включает различные виды взаимодействия между медиаплатформами, источниками информации и аудиторией.

Типология медиакоммуникаций предлагает систематизированный подход к их изучению, исходя из определенных параметров и, например, может служить для категоризации и классификации различных видов обмена информацией и идеями через медиа. Эта типология учитывает различные факторы, включая характер медиа, используемые каналы, взаимодействия между отправителем и получателем, форматы сообщений и т.п. [21, р. 411].

Исследование этих моделей позволяет понять, как эволюционируют медиакоммуникации и какие новые возможности и вызовы они представляют для журналистов, маркетологов, общественности и общества в целом. **Влияние цифровых трансформаций на модели медиакоммуникаций**

Цифровые трансформации имеют глубокое влияние на общество и культуру, включая сферу медиакоммуникаций. Одними из наиболее заметных эффектов этих изменений являются глобализация и демократизация медиакоммуникаций.

Глобализация медиакоммуникаций. С появлением цифровых технологий пространственные и временные границы стали все менее значимыми для коммуникации. Сейчас можно мгновенно получить доступ к информации из любой точки мира и общаться с людьми, находящимися на другом континенте. Это привело к глобализации медиакоммуникаций, когда медиаконтент, произведенный в одной стране, может быть легко доступен и влиять на аудиторию в другой стране. Таким образом, глобализация способствует более широкому распространению идей и культур, преодолению языковых и культурных барьеров, а также усилению взаимопонимания и сотрудничества между людьми разных стран. Однако глобализация также ставит перед обществом новые вызовы, такие как потребность в обеспечении информационной безопасности, борьба с фальсификацией информации и т.д.

Цифровые технологии обеспечивают **демократизацию медиакоммуникаций**, поскольку предоставляют каждому человеку возможность быть не только потребителем, но и создателем медиаконтента. Через социальные сети, блоги, YouTube и другие платформы любой пользователь может выражать свое мнение, делиться информацией, создавать и распространять контент. Это способствует увеличению множественности голосов в медиа, а также позволяет маргинальным и недостаточно представленным в традиционных медиа группам иметь возможность быть услышанными.

Однако, вместе с демократизацией медиакоммуникаций возрастает и риск распространения недостоверной информации, что требует разработки новых подходов и механизмов для обеспечения информационной достоверности и этичности медиакоммуникаций.

Таким образом, цифровые трансформации играют ключевую роль в формировании современной медиакультуры, обеспечивая ее глобализацию и демократизацию, но в то же время ставя перед обществом новые вызовы.

Технологический прогресс привёл к появлению новых форм взаимодействия, основанных на интерактивности, гипертекстуальности и мультимедийности.

С развитием цифровых технологий традиционные **односторонние модели медиакоммуникаций** перестали быть единственными. Вместо пассивного потребления информации, аудитория получила возможность активного участия в коммуникативном процессе. Социальные сети, блоги, форумы, комментарии, онлайн-опросы, интерактивные веб-сайты – все это примеры такого взаимодействия. Эта *интерактивность* меняет весь процесс медиакоммуникаций, делая его более динамичным и персонализированным.

Гипертекстуальность – это еще одна особенность цифровых медиакоммуникаций. В традиционных медиа текст представлен линейно, в то время как в цифровом формате информация может быть структурирована нелинейно с использованием гиперссылок, позволяющих переходить от одной темы или источника к другому. Это позволяет пользователю самому определять путь следования по информации, а также соединять и сравнивать различные источники и типы контента.

Мультимедийность, или использование различных форм представления информации (текст, звук, изображения, видео), также стала возможной благодаря цифровым технологиям. Это значительно расширяет возможности выражения и передачи информации, делая контент более насыщенным и интересным для аудитории.

Таким образом, цифровые трансформации способствовали переходу от традиционных медиакоммуникаций к новым, более гибким и эффективным моделям. Эти изменения представляют новые возможности для журналистов, маркетологов и общества в целом, но также ставят перед ними новые вызовы, связанные

с потребностью адаптации к быстро меняющимся условиям и обеспечением надежности и качества информации в условиях множества источников и каналов коммуникации.

Цифровые модели медиакоммуникаций характеризуются большей динамичностью, вовлеченностью и персонализацией. Цифровые модели медиакоммуникаций появились благодаря развитию интернета и технологий. Они предлагают более динамичные, вовлеченные и персонализированные формы обмена информацией и взаимодействия между создателями контента и аудиторией. В особенности, эти модели отличаются значительной интерактивностью, что означает возможность двухстороннего общения и участия аудитории.

Динамичность: Цифровые модели медиакоммуникаций позволяют мгновенное распространение информации, что обеспечивает ее актуальность и своевременность. Социальные сети, блоги, новостные сайты и другие цифровые платформы обновляются постоянно, предоставляя последние новости и контент [22, р. 130-144].

Вовлеченность: Цифровые модели медиакоммуникаций позволяют аудитории активно участвовать в общении и создании контента. Это может проявляться в виде комментариев, лайков, шаринга контента, а также создания собственного контента, который может быть подхвачен и распространен другими пользователями [12, р. 308].

Персонализация: Технологии позволяют цифровым платформам адаптировать и настраивать контент в соответствии с предпочтениями и интересами пользователя. Это может проявляться в форме персонализированных рекомендаций, таргетированной рекламы и персональных новостных лент [15, р. 259-287].

Интерактивность: Цифровые модели медиакоммуникаций предполагают возможность двухстороннего общения и участия аудитории. Это может проявляться в виде комментариев, опросов, голосований, а также возможности пользователя создавать и распространять собственный контент [18, р. 271-291].

Эти характеристики отражают главные преимущества и особенности цифровых моделей медиакоммуникаций. Однако стоит отметить, что они также влекут за собой определенные проблемы и вызовы, такие как вопросы конфиденциальности, манипуляции информацией и цифрового неравенства.

Развитие цифровых моделей медиакоммуникаций неизбежно связано с технологическим прогрессом и социокультурными изменениями, которые вместе формируют новые паттерны коммуникации и взаимодействия.

Новые технологии продолжают менять пейзаж медиакоммуникаций. Например, мобильные устройства и беспроводные технологии упрощают доступ к информации и увеличивают скорость ее распространения. Искусственный интеллект и алгоритмы сегодня широко используются в сфере медиа для персонализации контента и предсказания интересов пользователя [13, р. 296].

Цифровые медиа не только формируются под влиянием общественных и культурных изменений, но и активно их формируют. Социальные сети и другие цифровые платформы способствуют глобализации, увеличивают доступ к информации, но также вызывают новые проблемы, связанные с манипуляцией информацией и цифровым неравенством [10, р. 304].

В этом контексте **интерактивность** становится ключевой особенностью цифровых моделей медиакоммуникаций. Это означает не только возможность общения между пользователями и создателями контента, но и активное участие аудитории в процессе создания и распространения контента. В отличие от традиционных медиа, где аудитория в основном является пассивным получателем, в цифровых медиа пользователи становятся со-создателями, комментаторами и кураторами контента [23, р. 388-404].

Влияние этих изменений на общество и культуру является предметом многочисленных исследований и анализов, которые позволяют формулировать новые стратегии и политики в области медиа и коммуникаций.

Анализ применения типологических моделей медиакоммуникаций в процессе цифровизации

Исследование *интерактивности* в рамках изучения типологии моделей медиакоммуникаций представляет собой важную задачу по нескольким причинам. В контексте понимание современных моделей медиакоммуникаций интерактивность является ключевой особенностью современных цифровых моделей медиакоммуникаций. Она трансформирует традиционное восприятие медиа как одностороннего источника информации, позволяя пользователю стать активным участником коммуникативного процесса. В рамках задачи изучения влияния на общество в контексте медиакоммуникаций помогает понять, как эта интерактивность влияет на общественные процессы, включая политическую коммуникацию, социальные движения, образование и т.д. В рамках анализа и разработка эффективных стратегий коммуникации исследование интерактивности позволяет разработать более эффективные стратегии коммуникации для различных сфер - от маркетинга и PR до образования и государственного управления. Интерактивность приводит к новым проблемам, таким как манипуляция информацией, проблемы приватности, цифровое неравенство и т.д. Их

изучение позволяет предложить решения этих проблем. Исследование интерактивности в контексте типологии моделей медиакоммуникаций может внести свой вклад в теорию медиакоммуникаций.

В свете указанных выше аспектов, дальнейшее изучение интерактивности в рамках типологии моделей медиакоммуникаций обосновано и представляет значительный академический и практический интерес.

Концепция интерактивности обычно включает в себя идею активного взаимодействия между участниками общения. Интерактивность может пониматься как формальный элемент бесед, причем она не ограничена ни двумя людьми, ни прямым общением. Это может быть рассмотрено как «переменная отзывчивости в межличностной и общественной коммуникации» [20].

При этом просмотр страниц в интернете, выбор из различных гиперссылок и т.п. не может рассматриваться как интерактивность [20], поскольку «смысл интерактивности возвышается за пределами клика» [16]. Интерактивность следует рассматривать как цепочку взаимосвязанных сообщений, основным является степень, в которой коммуникация превышает реакцию.

Таким образом на полностью интерактивном уровне позже отправленные сообщения учитывают не только предшествующие им сообщения, но и «способ, которым были реактивны предыдущие сообщения» [19].

Интерактивность в контексте интернета определяется как «возможность обратной связи или диалога» [1]. Это определение акцентирует возможность общения, которое может привести к обратной связи и в котором одно сообщение вызывает другое.

Типология этапов интерактивности в процессе цифровизации, таким образом можно рассмотреть, как последовательность технологических инноваций, позволяющих вовлечь все большее количество пользователей в двустороннюю, а затем и многостороннюю коммуникацию в формате обратной связи и диалога.

Интерактивность в западном научном дискурсе принято относить к категории мифов. С начала новой эры западные общества склонны определять технологию как ведущую силу социальных изменений, создавая утопические (или дистопические) дискурсы о пользе (и рисках) каждой новой технологии, веря, что они будут автоматическими последствиями социальной адаптации изобретения. Мифы онлайн-журналистики начала 90-х могут быть интерпретированы как программа создания более прозрачного, всестороннего и диалогового освещения, которое бы укрепило демократическое участие в плюралистических обществах [9, p. 680-704].

Условно можно выделить три модели медиакоммуникаций по критериям количества участников и вовлеченности в обратную связь и диалог:

- Односторонние (традиционное телевидение, радио, газеты, журналы).
- Двусторонние (сетевые медиа, социальные сети, чаты, блоги).
- Многосторонние (ресурсы СМИ на цифровых платформах, платформенные решения, стриминговые сервисы, Телеграм-каналы и т.п.)

Односторонняя модель

Первоначально интерактивность рассматривалась как коммуникация между людьми, выходящая за рамки традиционных моделей отправитель-получатель, где СМИ посылают сообщения пассивным получателям. То есть в традиционной парадигме односторонней коммуникацией средств массовой информации, где аудитория в основном является пассивным потребителем контента.

Традиционная профессиональная журналистика располагала ограниченным набором возможностей для интерактивного общения с аудиторией. Одним из известных средств обратной связи, особенно в печатных изданиях, являлось «письмо в газету». Читатели имели возможность написать письмо в ответ на опубликованные материалы, выразить свое мнение или задать вопросы, инициировать материал, журналистское расследование и т. п. Так, например, популярной рубрикой многих отечественных газет 60-80 годов прошлого века была рубрика под условным названием «письмо позвало в дорогу». Тем не менее, несмотря на значительный, в случае советских газет, объем писем в редакцию, такое общение остается в основном реактивным, поскольку журналисты или отвечали на письма лишь в последующих выпусках или публикациях.

Аналогичная ситуация наблюдалась с прямыми линиями, которые широко использовались в радио- и телевизионных программах. В рамках этих программ слушатели или зрители могли иногда по телефону в эфире, но чаще в письмах, задавать свои вопросы или делиться своими мнениями с ведущими или экспертами, примером такой программы, может считаться музыкальный фестиваль «Песня года», впервые вышедший в эфир в 1971. В первый год существования программы в редакцию было прислано 30 тыс. писем и открыток, в 1972 уже 100 тыс., в каждой были названы три песни: гражданского звучания, эстрадная и в народном стиле, из которых формировался итоговая концертная программа.

Было немало подобных программ и на радио, например, одна из старейших советских радиопрограмм «В рабочий полдень» была популярной передачей для трудящихся, которая транслировалась на Всесоюзном радио и «Радио-1» с 1920-х годов по 2000 год. Формат передачи был организован в виде радиогазеты и концерта по заявкам слушателей. Ведущий зачитывал письма слушателей, содержащие приветия и поздравления. В ответ на заявки трудящихся, в эфире звучала музыкальная подборка. В рамках программы в студии приглашались советские певцы, композиторы, актёры и писатели, которые сами зачитывали письма слушателей. Другим примером легендарной советской радиостанции, одной из причин популярности которой была тесная обратная связь со слушателями, являлась радиостанция «Юность», большинство передач было построено на письмах, в которых слушатели сами нередко предлагали идеи будущих передач. Среди программ «Юности» были: «Здравствуй, товарищ!», «Наследники Октября», «Рабочая смена», «Наш студенческий трудовой», «Творчество молодых», «Ваш собеседник», «Молодежи о классическом искусстве», «Программа для строителей Байкало-Амурской магистрали», «Круг вашего чтения» и многие другие, самой популярной за все годы существования стала «Полевая почта «Юности», посвященная письмам военнослужащих.

Приведем несколько примеров подобных передач «по заявкам». В советскую эпоху каждое воскресенье, между «Клубом кинопутешествий» и «Сельским часом», на протяжении 32х лет шел «Музыкальный киоск». Ведущая передачи Элеонора Беляева встречала телезрителей с газетой в руках. В газетах были анонсы концертов, музыкальных фестивалей и прочих музыкальных событий, которые заслуживали внимания. Анонсы сопровождалась фрагментами из соответствующих музыкальных произведений. «Львиная доля времени отдавалась на приобщение зрителей к классической и народной музыке, а легкий жанр шел десертом, этакой наградой за то, что сидящие у телевизора сделали над собой усилие, узнав что-то новое» [4].

«22 мая 1960 года в СССР вышел первый выпуск одной из самых популярных впоследствии передач Всесоюзного радио «С добрым утром!». Инициатором и автором названия передачи был режиссер отдела А.Л. Столбов. Первым редактором передачи была Наталья Ростовцева. Успеху передачи способствовало и музыкальное оформление. В разное время в штате отдела были писатели В.Санин, В.Войнович, М.Розовский, В..Ардов. Первые выпуски вела Вера Орлова, позже – Галина Новожилова, Тамара Кузина. 35 лет выходила в эфир эта воскресная передача и звучала музыкальная заставка «С добрым утром!», написанная О.Фельцманом. Передача «С добрым утром!» дала путёвку в жизнь в искусстве многим писателям-юмористам, композиторам и их песням, артистам эстрады» [2]. При формировании сценариев учитывалось мнение широчайшей аудитории: как правило, люди писали письма в редакцию. Однако и здесь взаимодействие было ограничено, поскольку ответы на вопросы, заявки или комментарии чаще всего давались только в эфире, а не в индивидуальной форме.

Таким образом, традиционные средства коммуникации в профессиональной журналистике предлагают ограниченные возможности для активного взаимодействия с аудиторией. Возможности обратной связи ограничены временем и пространством, и взаимодействие ограничено больше реактивными ответами, чем активным диалогом. Появление в результате цифровизации электронной почты, сообщений на пейджер или СМС принципиально не поменяли ситуацию.

Двухсторонняя модель

Цифровизация расширила границы интерактивности и теперь она включает взаимодействие не только между людьми, но и между людьми и компьютерами. Существуют две формы интерактивности: человек-компьютер и человек-человек. «Человек-компьютерная» интерактивность означает способность пользователей взаимодействовать с веб-сайтами и изменять контент с помощью действий. «Человек-человек» интерактивность проявляется в обмене информацией между пользователями, например, через онлайн-опросы или рейтинги [24].

Новые цифровые функции сделали границу между интерактивностью человека и среды более размытой. Например, при участии в онлайн-опросе на новостном сайте контент изменяется для участника опроса и для последующих посетителей сайта. Также списки самых популярных новостных статей на сайте изменяются в зависимости от выбора пользователей и влияют на то, что видят другие посетители. Эти события отражают еще одно измерение интерактивности – интерактивность человека/среды, где действия пользователя меняют среду и влияют на других пользователей.

Идея «интерактивной журналистики», которая подчеркивает участие аудитории предполагает, что есть связь между состоянием социума и интерактивными коммуникациями, стимулированными медиаорганизациями. В контексте интерактивности важно понимать ее не просто как технологическую возможность но как форму общения, включающую обмен сообщениями и создание совместных значений.

Интернет – это новый медиаканал, который может расширить интерактивные возможности в журналистике. Некоторые условия более вероятно, чем другие, способствуют полностью интерактивной или, по

крайней мере, реактивной коммуникации. Сайты СМИ соответствуют традиционной модели отправителя-получателя, если они не интегрируют специальные инструменты, такие как ссылки на электронную почту и области обсуждения (комментариев), которые позволяют читателям делать свои собственные заявления.

При этом существует мнение, что стремление к интерактивной журналистике ограничены существующими редакционными правилами, этическими кодексами поведения, таким образом традиционные медиаорганизации предлагают в Сети лишь иллюзии интерактивности, многие ли традиционные газеты размещают контактные данные своих редакторов и авторов в сети? Очевидно, что простое наличие инструментов, позволяющих интерактивное общение, мало что говорит о том, как журналисты и их аудитории их используют. Тем не менее, это необходимое условие для начала интерактивного дискурса. В этом отношении онлайн-журналистика может использовать электронную почту, чат-комнаты, онлайн-опросы и комментарии и другие интерактивные инструменты. Эти возможности обратной связи могут помочь установить реактивные и, возможно, интерактивные процессы общения.

Многосторонние модели

Многосторонняя модель интерактивности в медиа предполагает активное взаимодействие различных сторон – журналистов, читателей, зрителей, слушателей и пользователей – для создания более глубокой и богатой коммуникационной среды. Она отличается от традиционной односторонней модели, где медиа просто передает информацию без активного участия публики.

В многосторонней модели интерактивности в медиа существуют несколько уровней взаимодействия.

В этой модели пользователи имеют возможность давать обратную связь на материалы, опубликованные в медиа. Они могут оставлять комментарии под статьями, постами в социальных сетях или отклики на радио- или телешоу. Это позволяет публике выразить свое мнение, задать вопросы или поделиться своими идеями и опытом. Журналисты и редакторы, в свою очередь, могут взаимодействовать с публикой, отвечая на комментарии и вопросы, а также учитывая их мнения при создании нового контента. Важным отличием от двусторонней модели интерактивности заключается в том, что пользователи могут не только реагировать на публикацию, например поставить лайк, подписаться (YouTube), но и общаться с авторами и другими комментаторами.

Многосторонняя модель интерактивности включает в себя возможность потребителей контента участвовать в его создании. Например, пользователи могут предлагать темы для статей или репортажей, делиться своими историями или отправлять фотографии и видео, которые могут быть использованы в новостных материалах. Это расширяет и разнообразит информационное поле и позволяет публике активно участвовать в журналистском процессе. Примером подобного подхода является использование UGC контента журналистами в репортажах и передачах. Взаимодействие авторов и участников в рамках стриминговых платформ.

Социальные сети играют важную роль в многосторонней модели интерактивности. Пользователи могут подписываться на официальные страницы медиа, где они могут получать обновления, делиться материалами и комментировать новости и статьи. Это создает дополнительные каналы коммуникации между медиа и публикой, где обсуждения и диалоги могут происходить в реальном времени.

Многосторонняя модель интерактивности также включает использование интерактивных форматов контента, которые позволяют публике активно взаимодействовать с материалами. Это могут быть опросы, голосования, викторины, игры, анимации или видео, где пользователи могут выбирать варианты, участвовать в решении задач или исследовать контент на своем собственном пути. Цифровые платформенные решения начинают играть значительную роль не только в распространении контента, но и в определении тематики. В каком-то смысле вершиной интерактивности являются многочисленные шоу на платформах видеоконтента в формате «подписчики управляют моими действиями» и аналогичные формы интерактивного взаимодействия, когда зрители коллективно в процессе взаимодействия с автором определяют содержание и развитие сюжета.

Применение многосторонней модели интерактивности в медиа позволяет создать более глубокую и динамичную коммуникационную среду, где публика активно участвует в процессе обмена информацией и мнениями. Это способствует укреплению связи аудитории с производителем контента, повышению доверия и лояльности публики к медиа и созданию более разнообразного и релевантного контента. Доски объявлений и форумы для обсуждения (или «новостные группы»), Телеграм-каналы представляют собой другую возможность для реактивной и интерактивной коммуникации в журналистике.

Типология моделей медиакommunikаций по основанию «интерактивности» позволяет систематизировать медиа исходя из их модели взаимодействия с аудиторией.

В целом, модели интерактивности развиваются от одностороннего информационного потока к более взаимодействующей и многосторонней коммуникации между медиа и публикой (в формате журналист –

аудитория – аудитория). Более широкое внедрение многосторонней модели интерактивности может способствовать созданию более прозрачной и релевантной журналистики, которая активно включает публику и отражает ее потребности и мнения.

В условиях определяющего влияния цифровизации на современные медиа и журналистику понимание закономерностей и сущностных характеристик интерактивности дает возможность не только анализировать но и управлять процессами развития медиакоммуникаций и журналистики.

Заключение

Цифровые трансформации значительно влияют на типологические модели медиакоммуникаций. Введение цифровых технологий приводит к динамичным и сложным изменениям в способах производства, распространения и потребления информации. Это требует переосмысления и модификации существующих моделей. Цифровые трансформации увеличивают динамизм и сложность моделей медиакоммуникаций. С развитием интернета, социальных сетей и мобильных технологий появляются новые платформы и инструменты для коммуникации. Это приводит к возникновению многоплатформенных и мультимедийных моделей коммуникации, которые объединяют различные форматы и каналы связи.

Цифровые трансформации усиливают влияние моделей медиакоммуникаций на журналистику, поэтому журналисты и медиаспециалисты должны быть готовы к изменяющимся требованиям и ожиданиям аудитории. Новые модели коммуникации позволяют более глубоко взаимодействовать с аудиторией, создавать более интерактивный контент и учитывать ее потребности и предпочтения.

Развитие моделей коммуникации должно быть направлено на обеспечение более эффективного и качественного информационного обмена между журналистами и аудиторией.

Таким образом, исследование типологических моделей медиакоммуникаций в условиях цифровых трансформаций имеет важное практическое значение для журналистской профессии и обеспечивает понимание изменений в коммуникационных процессах, адаптацию к новым технологиям и потребностям аудитории.

Литература

1. Борзова М.С. Интерактивность как средство создания диалога с аудиторией // TSUTMB.RU: [сайт]. 2015. URL: <https://www.tsutmb.ru/nauka/internet-konferencii/2015-zhurnalistika/borzova.pdf> (дата обращения: 12.06.2023)
2. Всесоюзное радио – Воскресная радиопередача – С добрым утром – 10 (1976) // www. staroeradio.ru: [сайт]. 2021. URL: <http://staroeradio.ru/audio/14871> (дата обращения: 18.06.2023)
3. Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Российские медиа: целевые установки, стратегии и технологии воздействия на аудиторию. Статья первая: система понятий и методология исследования // Вопросы журналистики. 2021. № 9. С. 5 – 41.
4. Сидорчик А. Жизнь в «Музыкальном киоске». Как Элеонора Беляева делала людей лучше // www.aif.ru: [сайт]. 2021. URL: https://aif.ru/culture/person/zhizn_v_muzykalnom_kioske_kak_eleonora_belyaeva_delala_lyudey_luchshe (дата обращения: 17.06.2023)
5. Baran S. J., Davis D. K. Mass communication theory: Foundations, ferment, and future (7th ed.). Boston, MA.: Cengage Learning, 2014. 408 p.
6. Bormann E.G., Bormann N.C. Effective small group communication (4th ed.). Santa Rosa, CA.: Burgess CA, 1988. 214 p.
7. Castells M. Communication power. UK.: Oxford University Press, 2013. 574 p.
8. DeVito J.A. The interpersonal communication book (13th ed.). NY.: Pearson, 2013. 400 p.
9. Domingo D. Interactivity in the daily routines of online newsrooms: dealing with an uncomfortable myth // Journal of Computer-Mediated Communication. 008. Vol 13. Issue 3. P. 680 – 704.
10. Fuchs C. Social media: A critical introduction. Sage, 2017. 304 p.
11. Harcup T. Journalism: principles and practice. Sage, 2015. 288 p.
12. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York University Press, 2006. 308 p.
13. Napoli P. M. Social media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age. Columbia University Press, 2019. 296 p.
14. Newman N., Fletcher R., Kalogeropoulos A., Kalogeropoulos, Levy D. Reuters Institute Digital News Report 2018 // Reuters Institute Digital News Report 2018; ISBN 978-1-907384-48-6

15. Nguyen D., Western M. The complementary relationship between the Internet and traditional mass media: The case of online news and information // *Information Research*. 2006. Vol. 11 (3). P. 259 – 283. URL: <https://informationr.net/ir/11-3/paper259.html>
16. Noth D.P. Interactive or hyperactive? Newspapers and other sites abuse the term // *Dom's Domain*: [сайт]. 1996. URL: <http://206.216.217.100:80/dom/colinter.html> (дата обращения: 12.06.2023)
17. McQuail D. *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). London: Sage, 2010. 632 p.
18. McMillan S.J. A four-part model of cyber-interactivity: Some cyber-places are more interactive than others // *New Media & Society*. 2002. Vol. 4 (2). P. 271 – 291.
19. Rafaeli S., Sudweeks F. Networked interactivity // *Journal of Computer Mediated Communication*. 1997. Vol. 2. (4). URL: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol2/issue4/rafaeli.sudweeks.html> (дата обращения: 12.06.2023)
20. Schultz T. Interactive Options in Online Journalism: a Content Analysis of 100 U.S. Newspapers // *Journal of Computer-Mediated Communication*. 1999. Vol. 5. Issue 1. URL: <https://academic.oup.com/jcmc/article/5/1/JCMC513/4584183> (дата обращения: 16.06.2023)
21. Severin W.J., Tankard J.W. *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media* (5th ed.). NY.: Longman, 2001. 411 p.
22. Singer J., Quandt T. Convergence and Cross-Platform Content Production // *The Handbook of Journalism Studies* / Wahl-Jorgensen K., Hanitzsch T., (Eds). NY.: Routledge, 2009. P. 130 – 144.
23. Sundar S.S., Oh J., Kang H., Sreenivasan A. How does technology persuade? Theoretical mechanisms for persuasive technologies // *The SAGE Handbook of Persuasion: Developments in Theory and Practice*. SAGE Publications Inc, 2012. P. 388 – 404. doi: 10.4135/9781452218410.n23
24. Stroud N.J., Scacco J.M., Curry A.L. The Presence and Use of Interactive Features on News Websites // *Digital Journalism*. 2015. Vol. 4. Issue 3. P. 339 – 358. DOI:10.1080/21670811.2015.1042982

References

1. Borzova M.S. Interaktivnost' kak sredstvo sozdaniya dialoga s auditoriej. TSUTMB.RU: [сайт]. 2015. URL: <https://www.tsutmb.ru/nauka/internet-konferencii/2015-zhurnalistika/borzova.pdf> (дата обращения: 12.06.2023)
2. Vsesojuznoe radio – Voskresnaja radioperedacha – S dobrym utrom – 10 (1976) // www.staroradio.ru: [сайт]. 2021. URL: <http://staroradio.ru/audio/14871> (дата обращения: 18.06.2023)
3. Dzialoshinskij I.M., Dzialoshinskaja M.I. Rossijskie media: celevye ustanovki, strategii i tehnologii vozdejstviya na auditoriju. Stat'ja pervaja: sistema ponjatij i metodologija issledovanija. *Voprosy zhurnalistiki*. 2021. № 9. S. 5 – 41.
4. Sidorchik A. Zhizn' v «Muzykal'nom kioske». Kak Jeleonora Beljaeva delala ljudej luchshe // www.aif.ru: [сайт]. 2021. URL: https://aif.ru/culture/person/zhizn_v_muzykalnom_kioske_kak_eleonora_belyaeva_delala_lyudey_luchshe (дата обращения: 17.06.2023)
5. Baran S. J., Davis D. K. *Mass communication theory: Foundations, ferment, and future* (7th ed.). Boston, MA.: Cengage Learning, 2014. 408 p.
6. Bormann E.G., Bormann N.C. *Effective small group communication* (4th ed.). Santa Rosa, CA.: Burgess CA, 1988. 214 p.
7. Castells M. *Communication power*. UK.: Oxford University Press, 2013. 574 p.
8. DeVito J.A. *The interpersonal communication book* (13th ed.). NY.: Pearson, 2013. 400 p.
9. Domingo D. Interactivity in the daily routines of online newsrooms: dealing with an uncomfortable myth // *Journal of Computer-Mediated Communication*. 008. Vol 13. Issue 3. P. 680 – 704.
10. Fuchs C. *Social media: A critical introduction*. Sage, 2017. 304 p.
11. Harcup T. *Journalism: principles and practice*. Sage, 2015. 288 p.
12. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press, 2006. 308 p.
13. Napoli P. M. *Social media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age*. Columbia University Press, 2019. 296 p.
14. Newman N., Fletcher R., Kalogeropoulos A., Kalogeropoulos, Levy D. Reuters Institute Digital News Report 2018. Reuters Institute Digital News Report 2018; ISBN 978-1-907384-48-6
15. Nguyen D., Western M. The complementary relationship between the Internet and traditional mass media: The case of online news and information. *Information Research*. 2006. Vol. 11 (3). P. 259 – 283. URL: <https://informationr.net/ir/11-3/paper259.html>
16. Noth D.P. Interactive or hyperactive? Newspapers and other sites abuse the term. *Dom's Domain*: [сайт]. 1996. URL: <http://206.216.217.100:80/dom/colinter.html> (дата обращения: 12.06.2023)

17. McQuail D. McQuail's mass communication theory (6th ed.). London: Sage, 2010. 632 p.
18. McMillan S.J. A four-part model of cyber-interactivity: Some cyber-places are more interactive than others. *New Media & Society*. 2002. Vol. 4 (2). P. 271 – 291.
19. Rafaeli S., Sudweeks F. Networked interactivity. *Journal of Computer Mediated Communication*. 1997. Vol. 2. (4). URL: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol2/issue4/rafaeli.sudweeks.html> (data obrashhenija: 12.06.2023)
20. Schultz T. Interactive Options in Online Journalism: a Content Analysis of 100 U.S. Newspapers. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 1999. Vol. 5. Issue 1. URL: <https://academic.oup.com/jcmc/article/5/1/JCMC513/4584183> (data obrashhenija: 16.06.2023)
21. Severin W.J., Tankard J.W. *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media* (5th ed.). NY.: Longman, 2001. 411 p.
22. Singer J., Quandt T. Convergence and Cross-Platform Content Production. *The Handbook of Journalism Studies*. Wahl-Jorgensen K., Hanitzsch T., (Eds). NY.: Routledge, 2009. P. 130 – 144.
23. Sundar S.S., Oh J., Kang H., Sreenivasan A. How does technology persuade? Theoretical mechanisms for persuasive technologies. *The SAGE Handbook of Persuasion: Developments in Theory and Practice*. SAGE Publications Inc, 2012. P. 388 – 404. doi: 10.4135/9781452218410.n23
24. Stroud N.J., Scacco J.M., Curry A.L. The Presence and Use of Interactive Features on News Websites. *Digital Journalism*. 2015. Vol. 4. Issue 3. P. 339 – 358. DOI:10.1080/21670811.2015.1042982

*Mishunkina M.N., Associate Professor,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
1st Deputy General Director of JSC "Arguments and Facts",
Deputy Chairman of the Public Council under the Federal Forest Agency*

Transformation of interactivity in the modern world. Reader feedback as a way to build an audience and generate current content

Abstract: digital transformations significantly affect the typological models of media communications, increasing their dynamism and complexity, as well as strengthening their influence on journalism. In the article, the author analyzes and describes changes in typological models of media communications in the context of digital transformations, conducts a practical analysis of the application of these models, and also formulates conclusions about the current state and possible prospects for the development of typological models of media communications in the digital era.

Keywords: media communications, journalism, typological models, interactivity, digital transformations

For citation: Mishunkina M.N. Transformation of interactivity in the modern world. Reader feedback as a way to build an audience and generate current content. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 230 – 238.

Received: July 17, 2023; Revised: August 10, 2023; Accepted: September 5, 2023.

*Шхумишхова А.Р., кандидат филологических наук, доцент,
Аутлева Ф.А., кандидат филологических наук, доцент,
Симбулетова Р.К., кандидат педагогических наук, доцент,
Адыгейский государственный университет*

Лингвистический анализ функциональных парадигм XXI века

Аннотация: тотальные перемены в решениях, точках зрения на объект, выбор методологии его исследования привели к смене научных парадигм. Происходит признание некоторых современных концепций лингвистики основой особых философских мнений, которые пускают собственные корни в определенные философские учения. Отмечается рост научного внимания к сторонам изучения, позволяющие увидеть и всесторонне изложить многоаспектность языка. Совершается испытание открыть инструментальность языка относительно того, что человек делает и добивается в социальном взаимодействии. Опираясь на возможности коммуникативной лингвистики, отправитель, а именно автор публицистического текста, представляет социально значимую роль человека доказывающего, получатель же осуществляет роль человека обсуждающего. В массовой коммуникации высказывающийся играет очень важную роль в стилистической структуре текста, деятели науки, которые решают проблемы функциональной и коммуникативной стилистики, обращают внимание на проблему языковой личности.

В статье проводится лингвистический анализ функциональных парадигм XXI века. Наблюдается учеными облик отечественной лингвистики, приводятся примеры. Рассматривается область исследования прагмалингвистики.

Ключевые слова: функциональная парадигма, коммуникативная направленность, функционализм, прагматические аспекты, когнитивная лингвистика, адресант, современные концепции лингвистики, инструментальность языка

Для цитирования: Шхумишхова А.Р., Аутлева Ф.А., Симбулетова Р.К. Лингвистический анализ функциональных парадигм XXI века // Вестник филологических наук. 2023. Том 3. № 8. С. 239 – 242.

Поступила в редакцию: 20 июля 2023 г.; Принята в доработанном виде: 14 августа 2023 г.; Одобрена для публикации: 5 сентября 2023 г.

Введение

В науке сравнение происходит постоянно и везде: в сравнительных механизмах, пословицах и поговорках, афоризмах, сообщениях художественных образов. Применяя аналогии можно отражать диалектическую природу личности. Особенно явно видны в произведении изображения действительности прошлых лет [1].

Когда мы говорим о замене лингвистической парадигмы и главных сторон современной лингвистики мы наблюдаем терминологические моменты. В наше время языкознание делится на частное и общее. Исходя из других основ науку делят на диахроническую лингвистику и синхроническую. По третьей классификации лингвистику разделяют на описательную и нормативную. Четвертое деление науки приходится на внутреннюю и внешнюю. Лингвистика состоит из нескольких наук: фонетики, фонологии, семасиологии, этимологии и др. По новейшей европейской традиции основателем философского пути к языку является В. Гумбольдт [2].

Некоторые современные концепции лингвистики стали основой особых философских мнений или пускают собственные корни в определенные философские учения. Например, теория лингвистической относительности, которую открыли американские лингвисты Э. Сепир и Б.Л. Уорф, раскрывает язык как особую меру, при помощи которой человек понимает окружающий мир.

«Функционализм есть основная характерная черта лингвистической науки на рубеже XXI века. Это направление в основном определило отношение к изучению языка, не только как системы, но как реально функционирующей сущности ментального и теснейшим образом связанного с ним языкового сознания, с помощью которого человек обретает способность категоризации мира, его познания и существования внутри него» [3].

В конце прошлого столетия отмечается рост научного внимания к сторонам изучения, позволяющие увидеть и всесторонне изложить многоаспектность языка.

На основании вышеизложенного, мы заметили, что в отечественном языкознании осуществляется смешивание соседних аспектов исследования, которые связаны с изучением употребления языка в разных

сферах общения. Соединение близких аспектов, ограниченное их сжатой связью, нашло отображение в составных терминах: коммуникативно-функциональный, когнитивно-функциональный.

Материалы и методы

Функциональная лингвистика – способ исследования языка, с помощью которого постоянно происходит регистрация интересов говорящего и слушающего. Функционализм исследует функциональность языка, а также его деталей. Функциональные концепции языка планируют то, что, если язык есть метод, можно решить, что его структуры лучше понимать в зависимости от выполняемых ими функций. Саймон Дик так описывает функциональный путь: в функциональной парадигме язык прежде всего осмысливается как способ социальной связи между людьми, который используется с целью создания коммуникативных отношений. В рамках этой парадигмы совершается испытание открыть инструментальность языка относительно того, что человек делает и добивается в социальном взаимодействии [4].

Уильям Крофт говорил, что форма не вытекает из функции. Он также предлагал, чтобы функционализм рассматривался как автономная лингвистика, которая выступает против идеи, что язык происходит из выражения значения. Он утверждал, что до 1970-х годов функционализм касается семантики и прагматики. В 1980-х годах идея функции сменилась с семиотики на «внешнюю функцию». Ситуация изменилась с помощью эволюционно-психологического мышления [5].

С. Дик соединяет функциональный подход с новыми взглядами о природе человеческого языка и конфронтирует его решительной парадигме знания.

Понятие описания в науке обладает давней традицией. Оно получило развитие на материале естественных наук. Лингвистика есть наука эмпирическая, она не существует без начальной базы данных. Интерес анализировать язык создавало возникновение гипотезы о его системе.

При функциональной системе версии языковая структура определяется с помощью обращения к ее функции. Функциональная лингвистика определяет коммуникацию как основную цель языка. Поэтому общие фонологические, морфосинтаксические и семантические события созданы интересами людей в результативном общении друг с другом. В связи с этим у нас сложилось мнение, что структура языка дублирует его потребительскую ценность [6].

Многие известные функционалистские основания, такие как грамматика ролей и ссылок и функциональная грамматика дискурса, также типологически направлены, то есть они наставляют свой анализ на межъязыковой анализ, а не только на один язык, такой как английский (как это похоже для формалистических/генеративистских подходов).

Обсуждение

Язык воспринимали функциональной системой в момент работ Пражской школы. Этот термин направляет к структуралистскому подходу Де Соссюра. Мы полагаем, что термин функция был введен Вилемом Матезиусом. Так что же является функциональным анализом? Исследование функционирования языковых слоев на разных степенях языковой структуры, а также взаимодействие этих степеней друг с другом. Функции есть на всех ступенях грамматики, также в фонологии, где фонема является функцией различения лексического материала.

Синтаксические функции: различные перспективы в представлении языкового выражения.

Семантические функции: описывают роль участников в выражаемых состояниях дел или действиях.

Прагматические функции: определяют информационный статус составляющих, определяемый прагматическим контекстом вербального взаимодействия.

Лингвистика объясняется двумя разными мнениями. Одно из них переплетается с рядом вопросов о том, какие убеждения являются объяснением языкового явления. Другое мнение – проблемы целей и задач лингвистики [7].

В этой ситуации самым необходимым является определить предмет науки с конкретными условиями. Здесь определенные ответы на вопросы о целях лингвистики выступают определенными ограничениями. Лингвистика как устоявшаяся наука может разъяснить исследуемый язык. Это и необходимо для изучения языка.

Опираясь на возможности коммуникативной лингвистики, отправитель, а именно автор публицистического текста, представляет социально значимую роль человека доказывающего, получатель же осуществляет роль человека обсуждающего. На основе того, что на сегодняшний день в массовой коммуникации высказывающийся играет очень важную роль в стилистической структуре текста, деятели науки, которые решают проблемы функциональной и коммуникативной стилистики, обращают внимание на проблему языковой личности.

«Нормальная наука» в период конкретного времени испытывает опасность, соответственно любая опасность возникает с волнения в парадигме и следующего потрясения условий «нормального» опыта [8].

Заключение кризиса выражается исследовательской революцией, суть которой состоит в создании новых парадигм (Кун, 1997).

Заключение

Поэтому, антропоцентрическая направленность языкознания XXI века тесно связана с функционализмом, основное требование которого – изучать язык в действии, при реализации его «служебных обязанностей», то есть функций.

Литература

1. Солганик Г.Я. О перспективах развития стилистики // Журналистика и культура русской речи. 2007. № 4. С. 12 – 18.
2. Александрова О.А. Язык средств массовой информации как часть коллективного пространства общества // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М.: МГУ, 2003. С. 89 – 99.
3. Воркачев С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. 2001. № 1. С. 64 – 72.
4. Маслова В.А. Современные направления в лингвистике. М.: Академия, 2008. 272 с.
5. Попова Е.А. Человек как основополагающая величина современного языкознания // Филологические науки. 2002. № 3. С. 69 – 77.
6. Формановская Н.И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения М.: Ин-т рус. яз. им. А.С. Пушкина, 1998. 292 с.
7. Mariana Karmova 1, Zaineta Khachmafova 2, Zarema Khabekirova 2, Digitalization: advantage or disadvantage in the issue of preserving the languages of minority ethnic groups (on the example of the Abaza language), SHS Web of Conferences 172, 01005 (2023) SHCMS 2023. С. 1 – 7.
8. Сапиева С.К., Шхумишхова А.Р., Концепт «еда» и характеристика лексико-тематической группы «пища» // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: «Филология и искусствоведение». 2022. № 2 (297). С. 116 – 122.

References

1. Solganik G.Ja. O perspektivah razvitija stilistiki. Zhurnalistika i kul'tura russkoj rechi. 2007. № 4. S. 12 – 18.
2. Aleksandrova O.A. Jazyk sredstv massovoj informacii kak chast' kollektivnogo prostranstva obshhestva. Jazyk SMI kak ob#ekt mezhdisciplinarnogo issledovanija. M.: MGU, 2003. S. 89 – 99.
3. Vorkachev S.G. Lingvokul'turologija, jazykovaja lichnost', koncept: stanovlenie antropocentricheskoj paradigmy v jazykoznanii. Filologicheskie nauki. 2001. № 1. S. 64 – 72.
4. Maslova V.A. Sovremennye napravlenija v lingvistike. M.: Akademija, 2008. 272 s.
5. Popova E.A. Chelovek kak osnovopolagajushhaja velichina sovremennogo jazykoznanija. Filologicheskie nauki. 2002. № 3. S. 69 – 77.
6. Formanovskaja N.I. Kommunikativno-pragmaticheskie aspekty edinic obshhenija M.: In-t rus. jaz. im. A.S. Pushkina, 1998. 292 s.
7. Mariana Karmova 1, Zaineta Khachmafova 2, Zarema Khabekirova 2, Digitalization: advantage or disadvantage in the issue of preserving the languages of minority ethnic groups (on the example of the Abaza language), SHS Web of Conferences 172, 01005 (2023) SHCMS 2023. S. 1 – 7.
8. Sapieva S.K., Shhumishhova A.R., Koncept «eda» i harakteristika leksiko-tematicheskoy gruppy «pishha». Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: «Filologija i iskusstvovedenie». 2022. № 2 (297). S. 116 – 122.

*Shkhumishkhova A.R., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Autleva F.A., Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Simbuletova R.K., Candidate of Pedagogic Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Adygea State University*

Linguistic analysis of functional paradigms of the XXI century

Abstract: total changes in decisions, points of view on the object, the choice of its research methodology led to a change in scientific paradigms. There is a recognition of some modern concepts of linguistics as the basis of special philosophical opinions that have their own roots in certain philosophical teachings. There is an increase in scientific attention to the sides of the study, allowing to see and comprehensively present the multidimensional nature of the language. A test is being made to discover the instrumentality of language regarding what a person does and achieves in social interaction. Relying on the possibilities of communicative linguistics, the sender, namely the author of a journalistic text, represents the socially significant role of a person proving, while the recipient performs the role of a person discussing. In mass communication, the speaker plays a very important role in the stylistic structure of the text, scientists who solve the problems of functional and communicative stylistics pay attention to the problem of linguistic personality.

The article provides a linguistic analysis of the functional paradigms of the XXI century. Scientists observe the appearance of Russian linguistics, examples are given. The field of pragmalinguistics research is considered.

Keywords: functional paradigm, communicative orientation, functionalism, pragmatic aspects, cognitive linguistics, addressee, modern concepts of linguistics, instrumentality of language

For citation: Shkhumishkhova A.R., Autleva F.A., Simbuletova R.K. Linguistic analysis of functional paradigms of the XXI century. *Philological Sciences Bulletin*. 2023. 3 (8). P. 239 – 242.

Received: July 20, 2023; Revised: August 14, 2023; Accepted: September 5, 2023.