Министерство образования Республики Беларусь
Полесский государственный университет
Инженерный факультет
Кафедра лингвистики и профессиональной коммуникации

ЯЗЫК И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: СОВРЕМЕННЫЕ ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ

Сборник научных статей по материалам IV Международной научно-практической конференции, приуроченной к 20-летнему юбилею университета

ВЫПУСК 4

ЧАСТЬ I

Полесский государственный университет,
г. Пинск, Республика Беларусь

Пинск, 2026

УДК 811.1/8(06):316.77
ББК 81.2
Я 41

Редакционная коллегия:
Дунай Валерий Иванович – ректор Полесского государственного университета, кандидат биологических наук, доцент;
Пригодич Ирина Александровна – проректор по учебной работе Полесского государственного университета, кандидат экономических наук, доцент;
Чещевик Виталий Тадеушевич, проректор по научной работе, кандидат биологических наук, доцент.

Рецензенты:
Астренков Андрей Валерьевич – декан инженерного факультета Полесского государственного университета, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент;
Жилевич Ольга Фёдоровна – заведующий кафедрой лингвистики и профессиональной коммуникации Полесского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент;
Тарасова Тамара Николаевна – профессор кафедры белорусской и зарубежной литературы Белорусского государственного педагогического университета им. Максима Танка, доктор филологических наук, профессор;
Гладко Марина Александровна – профессор кафедры речеведения и теории коммуникации Минского государственного университета иностранных языков, доктор филологических наук, доцент.

Язык и межкультурная коммуникация: современные векторы развития: сборник научных статей по материалам IV Международной научно-практической конференции, УО ”Полесский государственный университет“, г. Пинск, май 2026 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: В.И. Дунай [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2026. – 476 с.

В сборник вошли статьи, подготовленные по материалам IV Международной научно-практической конференции «Язык и межкультурная коммуникация: современные векторы развития», проведенной кафедрой межкультурных коммуникаций Полесского государственного университета В четвертом выпуске издания рассматриваются актуальные вопросы межкультурной коммуникации в условиях глобализации, состояние и перспективы преподавания русского языка как иностранного, современные аспекты лингвистики, литературоведения, перевода и интерпретации текста в поликультурном пространстве.

Сборник адресован научным сотрудникам, преподавателям вузов, аспирантам и всем интересующимся вопросами лингвистики, литературоведения, перевода, методики преподавания и межкультурного взаимодействия.

Статьи представлены в авторской редакции.

УДК 811.1/8(06):316.77
ББК 81.2

© УО «Полесский государственный университет»

СОДЕРЖАНИЕ

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ЛИНГВИСТИКЕ И ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

Абдулганеева И.И. Die kognitive und etnospezifische natur von diminutivsuffixen im deutschen: verkleinerung und expressive färbung……. 8
Абдульмянова Д.Р. Когнитивно-коммуникативные механизмы межличностного взаимодействия в онлайн-пространстве…….. 12
Агакишиева Ф.Г. Имплицитное отрицание во фразеологиях английского, немецкого и русского языков……. 15
Агаларова А.Г. Использование гиперболы в социальных сетях и литературных текстах: прагматический подход…… 20
Бабук А.В. Мультимодальность речевой агрессии в компьютерно-опосредованной коммуникации…… 23
Бадалова Д.О. Песня в структуре кинодискурса: к проблеме определения типа смешанного текста…….. 27
Беленов Н.В. Некоторые флоронимы старобинарадского говора мокша-мордовского языка: материалы к диалектному словарю…… 31
Биюмена А.А. Средства репрезентации солидарности в кризисном медиадискурсе……. 34
Быстров Н.А. Вербальная репрезентация регулятивных концептов в современном американском политическом медиадискурсе (культурно-прагматический аспект)……. 39
Видишева С.К., Ситникова Т.В. Некоторые лингвистические аспекты образования новых терминов в области информационных технологий….. 46
Войтович Ю.Н. Тенденции в развитии генитива в 20 веке на материале публицистических текстов…… 49
Володько С.М., Романова Т.А. О современных тенденциях в лингвистике: лингвотоксикология о сохранении чистоты русского языка... 55
Воробей А.Н. Соотношение семантической и морфологической деривации (на материале имен собственных в американском и русском общем сленге)…….. 60
Ворох Н.Н. Средства выражения предикативной посессивности в немецком языке (диахроническое сопоставление)…….. 63
Кёнул Азизага кызы Габибова Кибербуллинг как форма манипулятивного речевого воздействия…… 67
Герасименко И.А. Проблема нормативности русской речи в современной мультипликации…….. 72
Гладко М.А. От психотерапевтической сессии к медиадискурсу: новый узус старых слов…….. 75
Головко О.В. Контактно-оптимизирующая стратегия адресанта фасцинации в кинодискурсе……... 79
Гончарова М.С., Литвинова Т.И. Особенности функционирования компьютерных сленгизмов в современном немецком интернет-дискурсе... 83
Семра Фаиг кызы Гулузаде Когнитивно-лингвистический анализ терминологических аббревиатур…….. 88
Даутова А.С., Шамсутдинова А.Ф. Роль эмотивного синтаксиса в формировании эмоционального плана кинодискурса (на примере сериала ‘The Crown’)…….. 92

Дедович О.Г. Metaphorik der sprachdidaktik im bereich des klassenmanagements: vom bildspender zum bildempfänger…… 98
Xiangtian Zhao The communicative approach: communicative competence as the goal of english teaching practice……. 103
Есаян В.С. Замещение в структуре английского предложения: от анафоры к управлению дискурсом…….. 109
Ильясова Ж.Р. Поэтическо-стилистические возможности шекинских топонимов (на основе азербайджанских фольклорных образцов)……. 113
Искандарова В.З. Роль и эффективность визуализации в журналистике данных…….. 116
Истомина А.А. Взаимосвязь между дискурсом, текстом и функциональным стилем в современной лингвистике…… 119
Карпий С.В. Вербальные и невербальные средства воздействия в современных медиа…….. 123
Кашкан Т.А., Ориненко М.А. Значение иноязычной компетенции в личностном и профессиональном контексте……. 128
Князева Ю.В., Кисель А.А. Лингвистический анализ латинских номинаций парфюмерной продукции в контексте медицинской терминологии……... 131
Козлова О.А. Диалогические единства в рамках медиажанра «блог»……. 135
Костюшко Е.Т. Прагматика лексики с национально-культурной семантикой в модульном рекламном тексте……. 139
Крох Е.В. Нарушение принципа вежливости в общении…… 144
Крохмальник А.Ю. Структурно-семантические особенности представления невербальной коммуникации в контекстах с лексемами *говоривший* и *взгляд*……..... 147
Кутуева А.С., Ахметзадина З.Р. Типы упражнений по аффиксальному словообразованию на уроках английского языка…….. 154
Лазуткина К.Е. Лингвистические профессии глазами школьников: мифы, стериотипы и реальность…… 156
Лапунова О.В. Функциональная специфика современного компьютерного сленга (на материале английского языка)……. 160
Мамедова Ш.А. Роль прагматических факторов в формировании текста… 164
Мамедова Ф.А. Прагматические и когнитивные характеристики заимствований в английском языке…….. 168
Meng Yuqing The specifiics of linguocgnitive representation of the concept “privacy”…… 172
Метлушко И.В. Лингвистическое измерение экспертного и обыденного понимания исторической памяти……... 178
Мирошниченко А.С. Статусные номинации лица с семантическим компонентом ‘способности, талант, ум’ в русскоязычных текстах белорусских СМИ…… 183
Михальчук Н.А. Эксплицитные косвенные и имплицитные косвенные высказывания в русской художественной прозе XX-XXI вв.: диахронический аспект…….. 188
Мишина Н.В. Русский язык в цифровой среде: нормы, вариативность и тенденции изменения……..... 192
Nigar Naghiyeva Characteristic features of emoji as an integral part of electronic communication…….. 196

Панасенко К.В. Фрейминг и оценочность в медиадискурсе: современные лингвистические механизмы воздействия……. 201
Парамонова Т.И. Дискурсивные особенности комментариев пользователей в сетевых СМИ…….. 207
Петракова Е.Н. Метафоризация юридических терминов: когнитивно-прагматический аспект…… 211
Подолина О.В. Неологизация и заимствования в современном русском языке цифровой эпохи……. 219
Равшанова Севинч Даврон кызи Влияние цифровых технологий на усвоение словарного запаса: на примере английского языка…… 224
Радион Е.Н. Терминологические разногласия в подходах к изучению метакоммуникации……. 228
Рахмангулова Г.З., Ахметзадина З.Р. Понятия «счастье» и «труд» во фразеологической картине мира английского и башкирского языков……. 234
Sobor A.B. Ai-enhanced modeling of phonetic interference and cognitive patterns in azerbaijani-german bilingualism…….. 239
Суховерхов А.В. Эколингвистика, биосемиотика и биолингвистика о природе и происхождении языка…… 243
Тивьяева И.В. Вербализация индивидуальной памяти посредством метонимического переноса: лингвокогнитивный анализ…….. 247
Usanova Mehriniso Abduvahob qizi The essence, content and classification of anecdotes as a literary and folklore genre……. 250
Усанова Мехринисо Абдувахоб кызи Выражение прагматических концепций в английских анекдотах…….. 254
Фатыхова А.М. Перевороты и формирование имиджа государства: медийный взгляд на Турцию после 1960 года (анализ турецкой периодической печати)…… 259
Фефелова В.В. , Яровая Л.Д. Проблема феминизации лексики во французском языке: история, механизмы и перспективы……... 266
Чарнякевіч Ю.В. Беларускія дыялектныя назвы яшчаркі (Lacerta) і іх заходнеславянскія адпаведнікі…….. 269
Шакович Ю.В. Эмоционально-экспрессивные средства в медиатекстах: функции и особенности употребления……. 274
Шевченко Д.В. Образ автора в современном журналистском тексте: лингвистический аспект…….. 279
Шаршнёва В.М. Неразвітыя сказы як дамінанта рубленай прозы (на матэрыяле сучаснай мастацкай літаратуры)…… 285
Шкурская П.А. Структурно-системный подход в описании лексико-семантического поля «труд» в современном русском языке…….. 289
Шокотько Л.Е. Коммуникативные стратегии убедительности в публичном медиадискурсе…….. 295
Шуманская О.А. Микрополе food and health ‘пища и здоровье’ в английском языке: структурно-семантические особенности……. 298
Эльясов А.А. Кросс-культурный анализ прагмалингвистических стратегий репрезентации эмотивности в социальной рекламе на материале русского, английского и турецкого языков…….. 303
Якобчук А.В. Роль языковой личности журналиста в формировании общественного мнения…… 308

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Адамова А.А., Постевая Е.В. Отражение гендерных стереотипов в английской и русской лингвокультурах (на материале контента модных онлайн-изданий)…….. 313
Бекджаев Т.Б. Историко-культурные истоки ономастических фразеологизмов туркменского языка…… 316
Богатикова Л.И. Стратегии коммуникативного поведения в межкультурном общении……. 320
Ганчар А.И. Языковая политика Российской империи в Северо-Западном крае (1830–1860 гг.): борьба за «русское дело» и статус польского языка в образовании…….. 325
Heydarova L. The lexicographic representation of the concept “xeyir” in azerbaijani linguoculture…….. 339
Рена Гусейнага кызы Гусейнова Сопоставительный анализ концепта «власть» в русском и английском языках……. 344
Достык Д., Савко М.В. Репрезентация ключевого образа художественного фильма «Он – дракон» в китайской лингвокультуре: переводческий и лингвокультурологический аспекты……..... 349
Yahorava N.A. Intercultural and academic communication in hybrid knowledge environments…….. 355
Зыблева Д.В. Лингвистические и культурные аспекты переводимости….. 359
Игнатюк Е.С. Межкультурные барьеры и мосты: опыт научного взаимодействия Беларуси и Китая в 2020–х…… 364
Козлов Н.А., Калмыков Н.Н. Социальные архитектуры цифровой межкультурной коммуникации в молодежной среде……. 368
Квачек А.В. Мультимодальная коммуникация: эвристический подход к обучению французской лингвокультуре……. 372
Кравцова Т.А. Обращение к адресату в некоммерческих комических объявлениях……. 378
Липская М.Н. Роль и структура коммуникативной компетентности в формировании профессионального профиля современного инженера……. 382
Московская Т.В. Межкультурный диалог как первостепенный элемент коммуникации в современном мире…….. 386
Mei Yuling Cultural source imbalance in junior high english textbooks…….. 391
Нарыкова О.Н. Культурные стереотипы и их влияние на развитие навыков межкультурной компетенции студентов…… 394
Пискун Е.В. Анализ стимулов конфликтного речевого поведения (на материале интернет-комментариев на русском, английском и китайском языках……. 398
Покаместова Д.С. Английский язык как инструмент межкультурной коммуникации в сфере информационных технологий…… 403
Порваткина А.В., Якунина Р.П., Минулина О.В. Деловой этикет как инструмент снижения трансакционных издержек в международном бизнесе…….. 407
Рогачук М.Д. Межкультурные особенности антитабачной социальной рекламы в Беларуси и Китае: сравнительный анализ……. 410
Сазончик А.С. Формирование межкультурной компетенции у студентов неязыковых специальностей через анализ профессиональных 416

коммуникативных неудач……..
Саматыя А.А. Коммуникативные неудачи в межкультурном сетевом пространстве……. 422
Свистун Т.И. Операции с кодом как атрибут поликультурной идентичности…….. 426
Семенова Е.М. Политическая риторика как агент воздействия на общественное сознание……. 430
Соколова Е.В., Ван Цзяци Специфика фразеологической картины мира в русском и китайском языках (на примере одного фрагмента)…….. 437
Софронова В.А., Габрахманова А.С. Особенности устного перевода в сфере физкультуры и спорта на материале баскетбола……... 441
Султанова А.А. Французское влияние на лексическую систему турецкого языка как отражение межкультурного диалога в эпоху Танзимата…… 445
Фурс О.В. Актуальные направления лингвокогнитивных исследований профессиональной коммуникации в межкультурной среде…….. 449
Хагвердиева Камала Хагверди кызы Роль языка в межкультурной коммуникации в условиях глобализационных процессов…….. 453
Hodasewitsch S.A., Dawidowitsch T.G. Die entwicklung der multikulturellen kommunikation und national-kultureller werte im fremdsprachenunterricht….. 460
Шепетюк В.В. Роль межкультурного взаимодействия в обучении философским дисциплинам в условиях современного высшего образования…….. 465
Maharramova G.I. Lexical-semantic analysis of phraseological expressions representing the concept of family in modern french language……. 470

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ЛИНГВИСТИКЕ И ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

УДК 811.11-112

DIE KOGNITIVE UND ETNOSPEZIFISCHE NATUR VON DIMINUTIVSUFFIXEN IM DEUTSCHEN: VERKLEINERUNG UND EXPRESSIVE FÄRBUNG

И.И. Абдулганеева
Казанский (Приволжский) федеральный университет
Казань, Россия
e-mail: abdulganii@bk.ru

Das anthropozentrische Paradigma der modernen wissenschaftlichen Kenntnisse auf dem Gebiet der Linguistik bringt die semantischen Aspekte der Spracheinheiten ins Zentrum des Verständnisses. Die deutschen diminutiven Suffixe erkennen die Fähigkeit, in verschiedenen Arten des Diskurses nicht nur die Funktion der Verkleinerung auszudrücken, die auf der semantischen Komponente «klein» basiert, sondern wirken auch als expressiv-stilistisches Mittel mit einer ausgeprägten ethnospezifischen Natur. Das Spektrum der funktionell-semantischen Wortfarben mit diminutiven Suffixen reicht von Zärtlichkeit bis hin zu herablassendem Spott oder scharfer Kritik.

Schlüsselwörter: Diminutiva; Deutsch; kognitive Linguistik; Verkleinerung; Expressivität.

Die deutsche Sprache wie jede andere Sprache stellt ein Inventar konventioneller symbolischer Einheiten (Grammatik und Lexikon) dar, die dem einzelnen Sprecher zur Kodierung konzeptualisierter Gegenstände und Sachverhalte zur Verfügung stehen. Die Einheiten erhalten ihre Bedeutung auf dem Hintergrund der kognitiven Organisation des enzyklopädischen Wissens und der Erfahrung des Individuums. Bedeutung und Nebenbedeutung sind grundsätzlich subjektiv [17, s. 139]. Das Wortbildungssystem jeder Sprache spiegelt sich im Sprachbild der Welt wider und weist auf die Besonderheiten des Sprachbildes der Welt ihrer Sprecher hin. Die vorliegende Untersuchuchung hat den interdisziplinären Charakter, darum bilden die theoretischen Grundlagen dieser Forschung die Abhandlungen, die in den verschiedenen Bereichen der Sprachwissenschaft entwickelt wurden: auf dem Gebiet der lexikalischen Semantik – Werke von Schippan T. [30], Kubryakova E. [1]; in der Theorie der Psycholinguistik und Sprachkulturwissenschaft – Werke von Wierzbicka A. [33], von Dobrovolskij D. [6]; in der Lakunen-Theorie – Werke von Panasiuk I. [28]. Die Wortbildung und Wortbildungsprozesse untersuchten und untersuchen solche deutsche Wissenschaftler wie HenzenW. [18, 19], Wellmann H. [34], Eichinger L. [11], Erben J. [13], Donalies E. [7], Lohde M. [22], Fleischer W. /Barz I. [14], Motsch W. [25]. Bei sowjetischen Forschern ist die Klassikerin der deutschen Wortbildung Stepanova M.D. [2], eine vergleichende Studie zur russischen und deutschen Wortbildung wurde von Ohnheiser I. [27] durchgeführt. Bemerkenswert ist die Forschung von Draeger K. [8]. Mit Hilfe der Feldtheorie wurden diminutive Affixe der deutschen Sprache mit der Anzahl der russischen Suffixe verglichen [3].

Das Interesse der Forscher zur Diminution beweisen nur die einzelnen Arbeiten: eine konfrontativ-charakterologische Untersuchung anhand der substantivischen Benennungsbildung in der russischen Gegenwartssprache und der deutschen Sprache der DDR

hat Belentschikow R. [4]. durchgeführt; vergleichende Analyse gibt Köhler D. in seiner Arbeit „Diminutive im deutschen und ihre Entsprechung im Hiberno-Englischem“ [21]; eine vergleichende Studie am Beispiel von Märchen des 19. Jahrhunderts und der Gegenwart „Diminutiva im Deutschen und Tschechischen“ gibt Menklová H. [24]; italienische Diminutive und ihre Äquivalenzen im Deutschen beschreibt Mayrhofer S. [23]; eine kontrastive Studie zur Diminutivbildung im Deutschen, Französischen und Englischen führte Würstle R. [35] durch. Was deutsche und russische Sprache anbetrifft muss man die Untersuchungen von Gowerdowskij W. [16] und Gladrow W. [15] nennen. Als Ergebnis dieses kurzen Überblicks über die Untersuchungen der Diminutivsuffixen kann festgehalten werden, dass „Diminutive (und auch Augmentative) neben ihrer prototypischen Funktion der quantitativen Evaluation häufig auch qualitative Evaluation vornehmen“ [29, s. 52-55], und dies erklärt sich, warum sie im Zentrum der Forschungen zur expressiven Morphologie sind.

Bei der Beschreibung der Affixe, die verschiedenen Konnotationen ausdrücken können, braucht Gowerdowskij solche Wendungen wie „suffixale Konnoteme, präfixale Konnoteme, halbpräfixale Konnoteme“ [16, s.126 - 128, 141]. Es geht um die semantische Charakteristik der Derivate, in denen Konnotation und Denotation durch den Anschluss desselben Affixes realisiert werden. Motsch stellt fest, dass die Wortbildungsmuster mit *–chen* und *–lein* stark aktiv sind [25, s. 372]. Zu den Suffixen, die verschiedene Konnotationen in der schriftlichen und mündlichen Sprache ausdrücken können, gehören in der deutschen Sprache so genannte diminutive Suffixe. Elsen stellt fest: ein Suffix kann verschiedene Bedeutungsveränderungen hervorrufen, *-chen* beispielweise wirkt verkleinernd (diminutiv) bzw. verniedlichend. Die verkleinernde Bedeutung ist die ursprüngliche, die vor allem in den Mundarten gern um eine affektive Komponente erweitert oder sogar durch diese ersetzt wurde [12, s. 81]. Laut Wellmann sind im Deutschen die sprachlichen Möglichkeiten, durch ´quantifizierend-qualifizierende‘ Morpheme Kleinheit und Größe, Abschwächung und Verstärkung, Vertrautheit und Distanz zu signalisieren, sehr ungleich verteilt [34, s.123].

Die meisten Forscher stellen also fest, dass Diminutivbildungen nicht nur „Verkleinerung“ ausdrücken können [31], sie signalisieren/drücken Nähe und Vertrautheit aus und mit ihrer `“emotionellen, expressiven Färbung“ kommen sie demgemäß vor allem bei Bezeichnungen solcher Lebewesen und Dinge vor, „zu denen der Sprecher ein emotionales Verhältnis hat“ [34, s.124]. Einen konnotativen Inhalt können nicht nur Wortstämme, sondern auch Affixe besitzen [16, s.13], zum Beispiel das Diminutivsuffix *–chen*: *Dörfchen* (klein, negativ), *Wetterchen* (positiv), *Freundchen* (negativ). Es geht also um deskriptive und funktionelle Erfassung von Konnotationen, wenn man unter diesem vielumstrittenen Begriff im Sinne einer Festsetzung „die Summe aller kulturellen Einheiten“ versteht, „die das Signifikats dem Empfänger institutionell ins Gedächtnis rufen kann“ [10, s. 111]. Scherer stellt fest, dass Diminutive insofern expressiv sind, als sie sowohl Abweichungen von der erwartbaren Wortbildungsbedeutung als auch von prototypischen Bildungsmustern aufweisen oder aufweisen können [29, s. 52]. Motsch ist der Meinung, dass Nominalkonzepte durch Einstellung modifiziert werden können, die psychische Zustände ausdrücken. Anzunehmen ist eine ganze Skala von Einstellungen, die von besonderer Zuneigung über Mitgefühl bis zu ironischer Distanz reicht. [25, s. 369].

In der wissenschaftlichen Literatur kann man heute zahlreiche Definitionen zum „Diminutivbildung“ finden. Traditionell versteht man unter „den Diminutivbildungen“ einerseits eine Verkleinerung, andererseits kommt durch die Diminutivbildung „eine affektive Sprecherhaltung zum Ausdruck“ [35, s. 38]. Die Mundarten kennen auch *-le, -*

la, -el, oder -*ke.* Alle diese Suffixe bringen Neutra hervor, wobei ihre Distribution zu einem gewissen Grad an die lautliche Umgebung der Basis gebunden ist. An die Substantive auf -*ch, -g* und *–ng* triff in der Regel ein *–lein*: *Zwerglein, Ringlein*. Laut B. Naumann wurden die *–chen*-Formen, gemäss ihrer Entstehung, vor allem in Mitteldeutschland, die *–lein*-Formen in Oberdeutschland gebrauscht [26, s. 75]. Substantive auf –l(e) dagegen werden mit *–chen* ‚verkleinert': Spiel-*chen*, Fell-*chen.* Bei anderen Substantivendung sind oft beide Diminutive, wenn auch nicht immer in gleicher Bedeutung möglich: Zimmer-*lein* vs. Zimmer-*chen* (bedeutungsgleich), Männ-*chen* vs. Männ-*lein* (bedeutungsverschieden), ausführlich in den Arbeiten von Kessel, Reimann [20, s. 124] und Fleischer und Barz [14, s. 77-78]. Aus sprachhistorischen Perspektive beschreibt Tiefenbach geographische Unterschiede des Gebrauchs -*chen* und -*lein* [32, s. 96]. Also, umgangssprachlich und dialektal kann eine Präferenz für eines der beiden Suffixe vorliegen. Durch die Verkleinerung erfolgt eine „Geschlechtsabstraktion", es liegt eine semantische Motivierung des neutralen Genus vor [5, s. 418]. Laut Petra M. Vogel wird kontrovers diskutiert, ob (allerdings) die Diminution zur Derivation oder zur Flexion zu rechnen ist, Dressler sieht sie als nicht prototypische Derivation an und lehnt eine eigene, dritte Affigierungsklasse „Diminution" ab [9, s. 142]. Laut Fleischer und Barz [14, s. 6-10] zählt man zur Diminution unter onomasiologischem Blickwinkel auch verbale und adjektivische Modifikation. Historische Diminutivbildungen liegen jedoch beispielweise in den Verben *tänzeln* ‚ein bisschen tanzen' oder *hüsteln* ‚ein bisschen tanzen' vor [5, s. 72], auch *lächeln.*

Eine detaillierte Analyse der funktionell-semantischen Natur diminutiver Suffixe im Deutschen bestätigt die Meinung, dass diminutive Suffixe im Deutschen nicht nur einen ethnospezifischen Charakter haben, sondern auch ein pragmatisches und expressives Potential, dessen Ausdruck durch die kontextuelle Umgebung, die Art des Diskurses durch die Intentionen der Kommunikationsteilnehmer bedingt ist. Diminutive können neben einem diminutiven Wert auch eine positive oder negative Bewertung ausdrücken.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Кубрякова Е.С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке. Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Языки славянской культуры, 2004. - 555 с.

2.Степанова М.Д., Фляйшер В. Теоретические основы словообразования в немецком языке. М.,1984. - 264 с.

3.Abdulganeeva I.I, Prosyukova K.O., Comparative Analysis of Intensifying Word-Formation Units in Russian and German Languages as Part of the Field Approach//Journal of Research in Applied Linguistics. - 2020. - Vol.11, Is.SpecialIssue. P.172-182.

4.Belentschikow R. Substantivische Benennungsbildung in der russischen Gegenwartssprache und der deutschen Sprache in der DDR: eine konfrontativ-charakterologische Untersuchung. Frankfurt am Main; Berlin; Bern; Ney York; Paris; Wien: Lang, 1992. - 289 s.

5.Deutsche Morphologie. Hrsg. von E. Hentschel, P.M. Vogel. Walter de Gruyeter GmbH, 2009. - 479 s.

6.Dobrovolskij D.O. Symbole in Sprache und Kultur. Studien zur Phraseologie aus kultursemiotischer Perspektive. Bochum 2002. - 485 s.

7.Donalies E. Basiswissen. Deutsche Wortbildung.Tübingen, Basel, 2011. - 155 s.

8.Draeger K. Die semantische Leistung der suffixalen Wortbildungsmorpheme der Substantive in der deutschen Gegenwartssprache. Aachen, 1996. - 277 s.

9.Dressler W. Morphopragmatics: Diminutives and Intensifiers in Italian, German and other Languages. Walter de Gruyter. 1994. - 682 s.

10.Eco U. La struttura assente – Deutsch. Einführung in die Semantik. München: Fink, 1968, 1972. In: Wort und Wortschatz: Beiträge zur Lexikologie / hrsg. von I. Pohl und H. Er-

hardt.Tübingen: Niemeyer, 1995. - 238 s.

11.Eichinger L. Deutsche Wortbildung: eine Einführung. Tübingen, 2000. - 269 s.

12.Elsen H. Grundzüge der Morphologie des Deutschen. De Gruyter Studium, 2011. - 350 s.

13.Erben J. Einführung in die deutsche Wortbildungslehre. Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2006. - 205 s.

14.Fleischer W, Barz I. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. - 4.Auflage, De Gruyter, 2012. – 484 s.

15.Gladrow W. Russisch im Spiegel des Deutschen: eine Einführung in den russisch-deutschen und deutsch-russischen Sprachvergleich Korrigierte und ergänzte Neuausgabe. Frankfurt am Main; Berlin; Bern; New York; Paris; Wien: Lang, 1998. - 317 s.

16.Gowerdowskij W. Affixale Konnotation im Deutschen und im Russischen: Vergleichende Typologie/Wladislaw Gowerdowskij Achen: Shaker, 2002. - 176 s.

17.Helmbrecht J. Universalität und Vagheit semantischer Funktionen: Untersuchungen zum funktionalen Zusammenhang morphosyntaktischer und kognitiver Kategorien der Sprache. München; Newcactle: LINCOM Europa, 1998. - 365 s.

18.Henzen W. Deutsche Wortbildung. Halle, Saale, 1947. - 307 s.

19.Henzen W. Deutsche Wortbildung. Tübingen, 1965. - 314 s.

20.Kessel K, Reimann S. Basiswissen. Deutsche Gegenwartssprache. A. Francke Verlag Tübingen, 2017. - 368 s.

21.Köhler D. Diminutive im Deutschen und ihre Entsprechung im Hiberno-Englischem. In: General Linguisties Jan 1, 2003, Vol. 43 (1), p.15.

22.Lohde M. Wortbildung des modernen Deutschen / M. Lohde. – Tübingen, 2006 – 350 s.

23.Mayerhofer S. Diminutiv- und Augmentativformen in der zeitgenossischen italienischen Standardsprache und ihre Äquivalenzen im Deutschen. Innsbruck. Institut für Romanistik der Universität Innsbruck, 1993. - 167 s.

24.Menklová H. Diminutiva im Deutschen und Tschechischen. Eine Studie am Beispiel von Märchen des 19. Jahrhunderts und der Gegenwart. Frank Timme. Verlag für wissenschaftliche Literatur, Berlin. 2019. - 292 s.

25.Motsch W. Deutsche Wortbildung in Grundzügen. – 2. Überarbeitete und erweiterte Auflage, Berlin/New York: de Gruyter, 2004. - 469 s.

26.Naumann B. Einführung in die Wortbildungslehre des Deutschen.Tübingen, 1986.– 119s.

27.Onheiser I. Wortbildung im Sprachvergleich. Leipzig,1987. - 154 s.

28.Panasiuk I. Lakunen Theorie: etnopsycholinguistische Aspekte der Sprach- und Kulturforschung. - Berlin LiTBerlin / Hartmud Schröder (Hrg), 2006.- 352 s.

29.Scherer C. Expressivität in der Wortbildung. In: Expressivität im Deutschen / Hrsg. F. dAvis, R. Finkbeiner. De Gruyeter. 2019. - 385 s.

30.Schippan T. Lexikilogie der deutschen Gegenwartssprache. Leipzig, 1984.- 307 s.

31.Schumacher W. Gedanken zum Diminutiv. –Walter de Gruyter, Berlin / New York, Linguistics, Vol.13 (162), 1975. - S.15-16.

32.Tiefenbach H. „-chen“ und „-lein“ Überlegungen zu Problemen des sprachgeographischen Befundes und seiner sprachhistorischen Deutung // Zeitschrift für Dialektologie und Linguistik, Wiesbaden, etc., Franz Steiner, Jan 1, 1987, Vol. 54 (1). - S.2-27

33.Wierzbicka A. Semantics, Culture, and Cognition: Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations. Oxford: Oxford University Press. 1992. - 487 p.

34.Wellmann H. Deutsche Wortbildung. Typen und Tendenzen in der Gegenwartssprache. Das Substantiv. Düsseldorf, 1975. - 500 s.

35.Würstle R. Überangebot und Defizit in der Wortbildung: eine kontrastive Studie zur Diminutivbildung im Deutschen, Französischen und Englischen. - Frankfurt am Main; Berlin; Bern; New York; Paris; Wien: Lang, 1992. – 257 s.

THE COGNITIVE AND ETHNOSPECIFIC NATURE OF DIMINUTIVE SUFFIXES IN GERMAN: REDUCTION AND EXPRESSIVE COLORING

I.I. Abdulganeeva
Kazan (Volga Region) Federal University
Kazan, Russia
e-mail: abdulganii@bk.ru

The anthropocentric paradigm of modern scientific knowledge in the field of linguistics brings the semantic aspects of language units to the center of understanding. The German diminutive suffixes recognize the ability to express in various types of discourse not only the function of diminution, which is based on the semantic component "small", but also act as an expressive-stylistic means with a pronounced ethnospecific nature. The spectrum of functional-semantic word colors with diminutive suffixes ranges from tenderness to condescending ridicule or sharp criticism.

Keywords: diminutiva; German; cognitive linguistics; diminutive; expressivity.

УДК 81

КОГНИТИВНО-КОММУНИКАТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ОНЛАЙН-ПРОСТРАНСТВЕ

Д.Р. Абдульмянова
Московский городской педагогический университет
Москва, Россия, abdulmyanovadr@mgpu.ru

Данная статья посвящена анализу специфики онлайн-коммуникации, ключевые характеристики которой обусловливают ее существенное отличие от традиционных форм межличностного взаимодействия. Исследование фундаментальных закономерностей виртуального контакта и факторов, детерминирующих его характер, признается одной из приоритетных задач в условиях современной цифровой реальности.

Ключевые слова: коммуникация; интернет-коммуникация; вербальное взаимодействие; коммуникативное поведение, коммуникант.

Информационное пространство сегодня выступает в роли главного медиатора социальных связей. Смещение коммуникативного вектора из офлайн-формата в цифровую среду обусловлено доступностью технологий и возможностью беспрепятственного обмена информацией вне зависимости от географических факторов, что существенно изменило прагматику общения. На сегодняшний день научный интерес сосредоточен на комплексном анализе интернет-взаимодействия: исследователи изучают языковую специфику электронных текстов на всех уровнях, моделируют коммуникативные процессы, а также рассматривают стратегии формирования виртуальной идентичности и особенности восприятия цифрового контента [2, с. 272].

Поскольку эпоха всеобщей цифровизации началась сравнительно недавно, теоретическое описание интернет-дискурса все еще находится на стадии формирования. Специфика форумов и диалоговых платформ задает особые рамки взаимодействия, заставляя пользователей адаптировать свои коммуникативные установки к требованиям виртуальной среды [3, с. 206]. Данное исследование фокусируется на рассмотрении интернет-опосредованного контакта как особого типа коммуникации и выявлении закономерностей речевого взаимодействия в сети.

В современном информационном пространстве способы формирования и передачи сообщений претерпевают качественные изменения [8]. Благодаря интеграции в текст визуальных, аудиальных и гипертекстуальных элементов, интернет-сообщение приобретает характер поликодового единства, что обеспечивает комплексное воздействие на адресата [7]. Это повышает семантическую плотность контента и оптимизирует скорость его усвоения. Характеристиками интернет-дискурса выступают глобальная доступность и инклюзивность. Так, большинство открытых платформ позволяют пользователям вступать в дискуссию спонтанно, объединяя людей вне зависимости от их местонахождения. Ключевой технической особенностью является возможность обращения к архивному контенту: инструменты прямого цитирования позволяют встраивать в актуальный контекст реплики, созданные значительно раньше. Данные параметры задают вектор развития форумов и чатов как моделей общения, совмещающих высокую степень взаимодействия с дистантностью и гибкостью во времени. Исследование показывает, что форум представляет собой сложную сеть речевых связей, замещающую привычный монолинейный диалог. Инструменты веб-платформ дают пользователям свободу выбора тем для ответа, что порождает независимые линии обсуждения. Децентрализация общения и его деление на отдельные ветки (треды) наглядно иллюстрируют нелинейную природу онлайн-общения [1, с. 3]. Такая организация виртуального пространства требует от субъектов адаптации их речевого поведения под условия цифровой среды.

Особенности интернет-дискурса диктуют выбор речевых стратегий, отличных от привычных схем непосредственного взаимодействия. Виртуальное поле коммуникации формирует для индивида своего рода параллельную действительность, расширяющую границы возможного в сравнении с офлайн-режимом. Вместе с тем, технологические преимущества сопровождаются утратой ряда невербальных индикаторов: в сети коммуникант лишен возможности опираться на внешность партнера, его жестикуляцию и язык тела, которые играют фундаментальную роль в традиционной коммуникации [6, с. 18].

Специфика пространства интернет-форума заключается в полной архивации реплик с фиксацией их хронологической последовательности. Данная особенность позволяет субъектам коммуникативного взаимодействия реконструировать логику развития дискуссии, анализировать риторику конкретных оппонентов и верифицировать данные через обращение к истории переписки. Подобная возможность отследить историю переписки стимулирует более глубокую проработку аргументации при продуцировании ответных сообщений. Технический инструментарий платформ предлагает инновационные форматы полемики: в частности, механизмы интерактивного цитирования позволяют в рамках одного высказывания комментировать неограниченный объем сторонних тезисов. Адресность коммуникации обеспечивается гиперссылочными упоминаниями, инициирующими систему персональных уведомлений.

Несмотря на выраженную диалогичность онлайн-среды, степень вовлеченности пользователей в коммуникативный процесс характеризуется нестабильностью. Практический анализ выявляет изменчивую природу активности субъектов общения: по мере развития дискурса наблюдается постепенное угасание интереса участников. Первоначальный всплеск публикаций зачастую сменяется фазой редких реплик с последующим полным выходом из диалога. При этом общие темпоральные характеристики взаимодействия обусловлены не только предметом об-

суждения, но и средой конкретного форума, что объясняет различия в глубине и охвате дискуссии на тематически близких ресурсах.

Особого внимания требует анализ механизмов конструирования цифрового «Я», тактики создания которого в виртуальной среде принципиально отличаются от классических форм самопрезентации [5]. Социально-демографические показатели личности (возраст, гендерная принадлежность, общественный статус) теряют свою приоритетность, так как технологический инструментарий Интернета позволяет гибко моделировать персональный имидж. Технические условия регистрации на большинстве платформ (использование анонимных почтовых адресов и псевдонимов) позволяют участникам скрывать реальные биографические сведения. Таким образом, пользователь получает возможность автономно управлять информацией о себе, создавая образ, который может не коррелировать с его действительным социальным положением.

Таким образом, репутация и статус коммуниканта формируются исключительно на основе транслируемых им сведений и контента его сообщений [4]. Эта дистанция между виртуальным и физическим воплощением личности радикально меняет поведенческую парадигму. В этой связи отсутствие привычных невербальных индикаторов компенсируется когнитивной интерпретацией текстовых маркеров, использованием графических символов и усилением эмоциональной нагрузки вербальных компонентов, которые в совокупности обеспечивают трансляцию социального и эмоционального содержания. Понимание специфики данных стратегий сегодня является актуальной междисциплинарной задачей, стоящей на стыке лингвистики, психологии и социологии. Становление Интернета как доминирующего медиатора повседневного общения привело к фундаментальной трансформации самих механизмов человеческого взаимодействия, создав уникальную среду для реализации коммуникативных актов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Абдульмянова, Д. Р. Моделирование как инструмент исследования межличностной коммуникации / Д. Р. Абдульмянова // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах : материалы XI Международной научной конференции : в 2 ч., Челябинск, 07–09 апреля 2022 года / Челябинский государственный университет. Том Часть 1. – Челябинск: Челябинский государственный университет, 2022. – С. 3-6. – DOI 10.47475/9785727118047_3. – EDN HWMTGJ.

2. Абдульмянова, Д. Р. Особенности научного исследования коммуникативного взаимодействия / Д. Р. Абдульмянова // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах : Материалы XII Международной научной конференции, Челябинск, 11–12 апреля 2024 года. – Челябинск: Челябинский государственный университет, 2024. – С. 272-275. – DOI 10.47475/9785727119631_272. – EDN NFVWGZ.

3. Газиева, Д. Р. Эксперимент как основа моделирования коммуникации в интернет-пространстве / Д. Р. Газиева // Актуальные проблемы лингвистики, литературоведения и лингводидактики : межкафедральный сборник научных статей. – Москва : Московский городской педагогический университет, 2013. – С. 203-216. – EDN VJRSJF.

4. Гринев-Гриневич, С. В. Основы антрополингвистики : к лексическим основаниям эволюции мышления человека / С. В. Гринев-Гриневич, Э. А. Сорокина, Т. Г. Скопюк ; Российское терминологическое общество. – Москва : ООО "Издательство "Спутник+", 2005. – 114 с. – ISBN 5-364-00011-7. – EDN QSAIAR.

5. Завьялова, З.С. Самопрезентация личности в чат-коммуникации: специальность 09.00.11 «Социальная философия»: дисс. на соиск. ученой степ. канд. филол. наук / Завьялова З. С.; ФБГОУ ВПО «Нац. иссл. Томск. гос. ун-т». – Томск, 2011. – 144 с.

6. Стернин И.А. Коммуникативное поведение. Модели описания коммуникативного поведения: брошюра / И.А. Стернин. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 27 с.
7. Crystal D. Language and the Internet / D. Crystal. – Cambridge: Cambridge University Press, 2006. – 318 p
8. Modern Media Advertising: Effective Directions of Influence in Business and Political Communication / M. R. Zheltukhina, E. V. Biryukova, S. A. Gerasimova [et al.] // Man in India. – 2017. – Vol. 97, No. 14. – P. 61-71. – EDN ZCFBUB.

COGNITIVE-COMMUNICATIVE MECHANISMS OF INTERPERSONAL INTERACTION IN THE INTERNET

D.R. Abdulmianova
Moscow City University
Moscow, Russia
e-mail: abdulmyanovadr@mgpu.ru

This paper analyzes the specific features of Internet-mediated communication, highlighting its divergence from standard interpersonal interaction. In the current era, exploring the rules and determining factors of virtual engagement is increasingly essential for a comprehensive understanding of human discourse.

Keywords: communication; Internet communication; verbal interaction; communicative behavior; communicant.

УДК 81’44

ИМПЛИЦИТНОЕ ОТРИЦАНИЕ ВО ФРАЗЕОЛОГИЯХ АНГЛИЙСКОГО, НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

Ф.Г. Агакишиева
Бакинский университет «Евразия»
Баку, Азербайджан

Имплицитное отрицание представляет собой важное и сложное явление современной лингвистики. В отличии от эксплицитного отрицания, оно не выражается напрямую при помощи специальных грамматических средств, а формируется на основе контекста, образности, прагматики и культурных ассоциаций. Устойчивые выражения английского, немецкого и русских языков демонстрируют разнообразные способы передачи отрицательного смысла без использования прямых отрицательных маркеров. Сравнительный анализ показал, что во всех трёх языках имплицитное отрицание тесно связано с метафоричностью и эмоционально-оценочной функцией фразеологизмов.

Ключевые слова: фразеология, фразеологическая единица, гипербола, эксплицитное отрицание, имплицитное отрицание

Необходимо отметить, что имплицитное отрицание во фразеологии — это скрытое выражение негативного смысла, при котором в составе устойчивого выражения отсутствуют формальные отрицательные частицы, характерные для русского языка («не», «нет»), для немецкого языка («nicht»), для английского языка («not»), но его значение указывает на отсутствие, невозможность или негативную оценку [1, с. 26]. В отличие от эксплицитного, понимание имплицитного отрицания зависит от контекста и общего культурного фона [2, с. 41].

Анализ лингвистической литературы показывает, что в современном языкознании всё большее внимание уделяется не только эксплицитному, но и имплицитному отрицанию, которое не содержит прямых отрицательных маркеров, но тем

не менее передаёт отрицательный смысл [3, с. 74]. Особенно ярко имплицитное отрицание проявляет себя во фразеологии. Фразеологические единицы обладают высокой степенью образности, эмоциональности и культурной обусловленности [4, с. 15]. Во многих устойчивых выражениях отрицание выражается не при помощи частиц или специальных грамматических форм, а посредством контекста, метафоры, иронии, сравнения или скрытой оценки [5, с. 58]. Большое значение этих конструкций связано с тем, что они помогают выявить особенности национального мышления и языковой картины мира разных народов [6, с. 37].

Английский, немецкий и русский языки относятся к разным языковым системам и культурным традициям, однако в их фразеологии можно обнаружить как общие, так и специфические способы выражения скрытого отрицания [7, с. 49]. Сравнение данных языков позволяет глубже понять механизмы функционирования имплицитного отрицания и его роль в коммуникации [8, с. 83]. В этой связи большое значение имеет определение сущности имплицитного отрицания; выявление особенностей фразеологических единиц как носителей скрытого смысла; анализ способов выражения имплицитного отрицания в английской, немецкой и русской фразеологии; выявление культурно-национальных особенностей исследуемых языков.

Как известно, отрицание традиционно подразделяется на эксплицитное и имплицитное [1, с. 18]. Эксплицитное отрицание выражается при помощи специальных языковых средств: отрицательных частиц, местоимений, наречий и грамматических конструкций. Например, в английском языке отрицание часто оформляется при помощи частицы not, в немецком — nicht или kein, а в русском — «не» и «ни».

Имплицитное отрицание представляет собой более сложное явление. Оно не имеет формального отрицательного показателя, однако отрицательный смысл считывается адресатом благодаря контексту, семантике слов, интонации или культурным ассоциациям [9, с. 102]. Подобное отрицание требует более глубокого уровня интерпретации.

Например, русское выражение «ума палата» в определённом контексте может употребляться иронически и фактически означать отсутствие ума. Аналогично английское выражение *a fine friend* в некоторых ситуациях может подразумевать вовсе не хорошего друга, а наоборот — ненадёжного человека [10, с. 64].

Имплицитное отрицание тесно связано с прагматикой речи. Говорящий не выражает отрицание прямо, но создаёт условия, при которых слушатель самостоятельно выводит скрытый смысл [2, с. 56]. Такой способ коммуникации делает речь более выразительной, эмоциональной и нередко более вежливой или ироничной.

Во фразеологии имплицитное отрицание встречается особенно часто, поскольку фразеологические единицы обладают переносным значением и не всегда интерпретируются буквально [11, с. 91]. Многие устойчивые выражения исторически формировались на основе народного опыта, юмора и культурных стереотипов, поэтому скрытый отрицательный смысл стал частью их семантики [3, с. 118].

Фразеология представляет собой совокупность устойчивых выражений языка, обладающих целостным значением [4, с. 11]. Основными признаками фразеологических единиц являются устойчивость, воспроизводимость, семантическая неделимость и образность [11, с. 33]. Особенность фразеологических единиц заключается в том, что их значение часто не совпадает с прямым значением входящих в

них слов. Именно поэтому фразеология становится благоприятной средой для выражения имплицитного отрицания.

Отрицательный смысл во многих случаях возникает благодаря: метафорическому переосмыслению; иронии; гиперболе; культурным ассоциациям; контекстуальному употреблению [5, с. 62].

Например, русское выражение «как рыба об лёд» не содержит формального отрицания, однако обозначает бесполезность усилий и невозможность добиться результата. В немецком языке выражение *den Kopf verlieren* («потерять голову») подразумевает неспособность рационально мыслить. В английском языке фразеологизм *to miss the boat* означает упущенную возможность, что также содержит скрытый отрицательный смысл [12, с. 154].

Фразеологические единицы с имплицитным отрицанием выполняют различные функции: оценочную; эмоционально-экспрессивную; коммуникативную; прагматическую [3, с. 127].

Эти функции позволяют говорящему выражать неодобрение, сомнение, критику или насмешку в более мягкой и завуалированной форме. Кроме того, подобные конструкции делают речь более выразительной и культурно насыщенной. Английская фразеология отличается богатством идиоматических выражений, в которых скрытый отрицательный смысл передаётся посредством метафоры, иронии и контекста [12, с. 201]. Одной из характерных особенностей английского языка является стремление к косвенности и смягчённости высказывания [13, с. 214]. Поэтому имплицитное отрицание часто используется для избегания прямой критики. Рассмотрим некоторые примеры.

To miss the boat — «упустить возможность». Отрицание здесь выражено скрыто: говорящий не использует частицу not, но смысл связан с невозможностью изменить ситуацию. *To bark up the wrong tree* — «ошибаться», «идти ложным путём». Имплицитное отрицание проявляется через указание на неправильность действий. *A cold shoulder* обозначает холодное отношение или игнорирование. Формального отрицания нет, однако смысл связан с отсутствием внимания, поддержки или дружелюбия. *Big deal* в ироническом контексте может означать, что событие не имеет большого значения. Здесь отрицание формируется прагматически и зависит от интонации. *When pigs fly* («когда свиньи полетят») означает «никогда» и содержит скрытую идею невозможности [10, с. 88].

Во многих английских идиомах скрытое отрицание связано с концептами неудачи, бесполезности, потери и ошибки [9, с. 117]. Английская языковая культура нередко использует юмор и иронию как средство выражения негативной оценки без открытого конфликта [13, с. 241]. Следует отметить, что английские фразеологизмы часто требуют контекстуального понимания. Без знания культурных и прагматических особенностей носителей языка имплицитное отрицание может быть не распознано [6, с. 58].

Немецкая фразеология также богата выражениями со скрытым отрицательным смыслом. Однако по сравнению с английским языком немецкие фразеологизмы нередко отличаются большей конкретностью и логичностью образов [14, с. 94]. В немецком языке имплицитное отрицание часто связано с представлениями о порядке, рациональности и дисциплине [15, с. 73].

Den Kopf verlieren означает «растеряться», «утратить самообладание». Отрицательный смысл связан с отсутствием способности мыслить рационально. *Ins Wasser fallen* обозначает ситуацию, когда планы сорвались или мероприятие не состоялось. Отрицание выражается через образ разрушенных ожиданий. *Auf*

keinen grünen Zweig kommen означает неспособность добиться успеха. Отрицание реализуется через образ бесплодности усилий [16, с. 112]. *Tomaten auf den Augen haben* («иметь помидоры на глазах») обозначает неспособность заметить очевидное. Здесь скрытое отрицание связано с отсутствием внимательности. Немецкая фразеология демонстрирует склонность к наглядным и конкретным образам [15, с. 84]. Во многих случаях отрицательный смысл выражается через метафоры потери, падения или невозможности достижения цели. Особую роль играет культурный фактор. Немецкие фразеологизмы нередко отражают ценность организованности и рационального поведения. Поэтому имплицитное отрицание часто связано с нарушением нормы или неспособностью действовать эффективно [14, с. 101].

Русская фразеология отличается высокой эмоциональностью и экспрессивностью [3, с. 139]. Имплицитное отрицание в русском языке часто реализуется через иронию, гиперболу, сарказм и образность. «Как рыба об лёд» означает бесполезность усилий. Несмотря на отсутствие прямого отрицания, фразеологизм передаёт идею невозможности добиться результата. «Ума палата» в ироническом контексте приобретает противоположное значение и обозначает глупого человека. Отрицание здесь формируется прагматически. «Куда ему» выражает сомнение в возможностях человека. Формального отрицания нет, однако смысл подразумевает невозможность достижения цели. «Руки не доходят» означает отсутствие возможности или желания выполнить действие. «Когда рак на горе свистнет» обозначает невозможность события и фактически эквивалентно слову «никогда» [4, с. 147]. Русская фразеология характеризуется богатой эмоциональной окраской. Во многих выражениях скрытый отрицательный смысл становится понятным благодаря интонации и коммуникативной ситуации [5, с. 97]. Кроме того, русская языковая традиция активно использует иронию как способ выражения критики.

Сравнительный анализ английских, немецких и русских фразеологизмов показывает, что во всех трёх языках имплицитное отрицание активно используется во фразеологии, однако способы его выражения имеют определённые различия [8, с. 126]. Во всех исследуемых языках имплицитное отрицание: связано с переносным значением; требует контекстуального понимания; часто основано на метафоре; выполняет оценочную функцию; служит средством эмоционального воздействия [9, с. 135].

Кроме того, во всех трёх языках скрытое отрицание позволяет смягчить прямую критику. Имплицитное отрицание часто связано с концептами «мало», «никогда», «нелепо», «бесполезно» [6, с. 79]. Английская фразеология характеризуется большей косвенностью и прагматической сдержанностью. Отрицание часто выражается через иронию или намёк. Немецкая фразеология отличается конкретностью образов и логической структурированностью. Отрицательный смысл обычно связан с нарушением порядка, ошибкой или неудачей. Русская фразеология демонстрирует высокую степень эмоциональности. Имплицитное отрицание часто сопровождается сарказмом, гиперболой и яркой экспрессией [3, с. 166]. Также различаются культурные основы фразеологических образов. Английские идиомы нередко связаны с повседневной практикой и социальным взаимодействием. Немецкие выражения отражают рациональность и дисциплину. Русские фразеологизмы опираются на эмоциональное восприятие и народную образность. Имплицитное отрицание выполняет важные прагматические функции в коммуникации. Во многих случаях говорящий избегает прямого отрицания, чтобы не создавать конфликтную ситуацию [2, с. 77].

Скрытое отрицание часто используется для создания комического или иронического эффекта. Фразеологические единицы позволяют передать сложное значение при помощи краткой конструкции [4, с. 171]. Имплицитное отрицание делает речь более эмоциональной и образной. Фразеологизмы отражают национальные особенности мышления и культурные ценности народа [5, с. 119]. Перевод фразеологических единиц с имплицитным отрицанием представляет значительную сложность [10, с. 146]. Основная проблема заключается в том, что скрытый смысл не всегда имеет прямой эквивалент в другом языке. Например, английское выражение *to bark up the wrong tree* невозможно перевести дословно без потери смысла. Переводчик вынужден искать функциональный аналог. Кроме того, трудности возникают ввиду: культурных различий; различий в образной системе; несовпадения прагматических значений; различий в эмоциональной окраске [8, с. 139].

В некоторых случаях перевод требует адаптации или описательного объяснения. Особенно сложны для перевода иронические конструкции, поскольку скрытое отрицание может зависеть от интонации или контекста.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Арутюнова Н. Д. Логический анализ языка. М.: Наука, 1990. 320 с.

2. Abdullayev S. Muasir alman və azərbaycan dillərində inkarlıq kateqoriyası. Bakı, 1998. 174 c.

3. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. М.: Высшая школа, 1996. 381 с.

4. Маслова В. А. Лингвокультурология. М.: Академия, 2001. 208 с.

5. Телия В. Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Языки русской культуры, 1996. 288 с.

6. Gibbs R. W. The Poetics of Mind: Figurative Thought, Language and Understanding. Cambridge: Cambridge University Press, 1994. 527 p.

7. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка. М.: Высшая школа, 1985. 160 с.

8. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of Language. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. 524 p.

9. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut, 1982. 250 s.

10. Dobrovol'skij D. Phraseologie und Kognition. Leipzig: Lang, 1995. 310 s.

11. Бондаренко В. Н. Отрицание как логико-грамматическая категория. М.: Наука, 1983. 212 с.

12. Виноградов В. В. Основные типы фразеологических единиц русского языка. М.: Просвещение, 1977. 189 с.

13. Burger H. Phraseologie: Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2010. 240 s.

14. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка. М.: Высшая школа, 1985. 160 с.

15. Fernando C. Idioms and Idiomaticity. Oxford: Oxford University Press, 1996. 265 p.

16. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of Language. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. 524 p.

IMPLICIT NEGATION IN ENGLISH, GERMAN, AND RUSSIAN PHRASEOLOGIES

F.H.Aghakishiyeva

Baku Eurasia University

Baku, Azerbaijan

Implicit negation constitutes an important and complex phenomenon in modern linguistics. Unlike explicit negation, it is not expressed directly through special grammatical means, but is

formed on the basis of context, imagery, pragmatics, and cultural associations. Idiomatic expressions in the English, German, and Russian languages demonstrate diverse ways of conveying negative meaning without the use of direct negative markers. Comparative analysis has shown that in all three languages implicit negation is closely connected with the metaphorical nature and the emotional-evaluative function of phraseological units.

Keywords: phraseology, phraseological unit, hyperbole, explicit negation, implicit negation.

УДК 811.111

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГИПЕРБОЛЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И ЛИТЕРАТУРНЫХ ТЕКСТАХ: ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОДХОД

А.Г. Агаларова

Азербайджанский государственный педагогический университет
Баку, Азербайджан, sev_h@bk.ru

Гипербола, определяемая как намеренное преувеличение, играет важную роль как в повседневном общении, так и в литературе. В этом исследовании исследуются функции гиперболы в двух различных областях: социальных сетях и художественных текстах. Опираясь на теории импликации и релевантности, исследование утверждает, что гипербола функционирует как коммуникационная стратегия, определяемая контекстом, аудиторией и средой.

Ключевые слова: гипербола, прагматика, социальные медиа, литературный дискурс, импликатура

Audiences recognize exaggeration and reconstruct intended meanings using contextual cues. This process illustrates the cooperative nature of communication, in which both speaker and listener contribute to meaning-making. On social media, hyperbole is often used due to constraints such as character limits and the pace of exchanges. Statements like “This is the best thing ever” or “I’m literally dying” are not meant to be interpreted literally; instead, they intensify emotional expression [1, pp. 1474-1481]. For example, expressions such as “This exam killed me,” “I’ve told you a million times,” or “This tweet broke the internet” rely on exaggeration to convey emotional intensity, frustration, or popularity rather than literal meaning .The pragmatic function of hyperbole in this context is efficiency, allowing users to convey strong emotions succinctly. Consequently, hyperbole serves as an effective tool for digital communication. Furthermore, hyperbole is instrumental in capturing attention, as social media platforms prioritize content that elicits reactions, and exaggerated statements are more likely to stand out [2]. Users strategically employ hyperbole to increase visibility, foster interaction, and create memorable content, demonstrating the performative dimension of language in digital environments. Expressions such as “Everyone is talking about this” or “I’m obsessed with this song” demonstrate how hyperbole functions persuasively and performatively in digital environments [3, pp. 297-327].

Hyperbole serves not only as an expressive device but also as a strategic tool that enables users to achieve objectives such as garnering likes, shares, or comments. The interpretation of hyperbole on social media depends heavily on shared knowledge and cultural context. Elements such as internet slang, memes, and prevailing trends shape how exaggeration is understood. Phrases that seem extreme when interpreted literally often become normalized within specific online communities [4]. Without this shared context, hyperbolic statements may be misinterpreted [5].

Thus, effective communication relies on the audience's familiarity with digital discourse conventions. In literary texts, hyperbole reveals character psychology. Exaggerated expressions provide insights into a character's emotions, thoughts, and internal conflicts. Unlike the often spontaneous use of hyperbole on social media, literary hyperbole is deliberately crafted [6]. For instance, in Romeo and Juliet Romeo's declaration "There is no world without Verona walls" exaggerates emotional despair, reinforcing the depth of his attachment and anguish. Likewise, in Martin Eden, hyperbolic expressions of ambition and disillusionment often reveal Martin's psychological intensity and internal struggle. Such examples illustrate how exaggeration enhances the immersive quality of literary experience [1, pp.1474–1481].

Hyperbole contributes to shaping narrative voice by enhancing descriptive language and making scenes more vivid and engaging. Descriptions such as "a sea of faces," "tears enough to fill an ocean," or "endless suffering" intensify imagery and emotional resonance. Through exaggeration, authors draw attention to significant narrative elements and influence readers' interpretations. This stylistic function underscores the artistic value of hyperbole in literature, establishing it as a deliberate technique that shapes the overall tone of a text. Beyond character development, hyperbole fulfills broader thematic functions, such as amplifying social issues, moral dilemmas, or existential questions to emphasize deeper messages. Comparing social media and literature reveals both similarities and distinctions in the use of hyperbole. In both domains, hyperbole relies on non-literal interpretation and pragmatic inference, yet the purposes and effects of exaggeration differ considerably. Hyperbole is characterized by immediacy, informality, and an emphasis on engagement, prioritizing rapid communication and emotional impact. In literary contexts, hyperbole is structured, intentional, and integrated within a broader narrative framework. The role of the audience also diverges: social media users actively participate in meaning-making through interaction, whereas literary readers engage in interpretation through close reading. Despite these distinctions, both forms of hyperbole depend on shared knowledge and inferential processes.

Hyperbole fulfills essential and multifaceted functions in literature. Authors use exaggeration to shape characters, establish a distinctive narrative tone, and emphasize significant themes. Hyperbole often conveys the intensity of a character's emotions, providing readers with deeper insight into their psychological states. It also contributes to the overall tone of the text, whether humorous, sarcastic, or serious, thereby influencing interpretation. By amplifying social or ethical concerns, hyperbole draws attention to these issues, making them more prominent and impactful for the audience. This technique can also highlight social or moral dilemmas, making them more memorable. Through exaggeration, authors may critique or satirize societal aspects, exposing underlying flaws or inconsistencies, significant rhetorical and stylistic strategies, and fulfilling multiple interpretive and aesthetic functions [7, pp. 79-92]. A well-known example is A Modest Proposal, where extreme exaggeration functions as powerful social critique.

As a deliberate form of exaggeration, hyperbole transcends ornamentation and operates as a device through which authors intensify expression and influence reader perception. A central function of hyperbole is characterization, as exaggerated statements can reveal a character's emotional intensity, subjective perspective, or psychological disposition. This usage facilitates a deeper exploration of internal states, often indicating passion, instability, or unreliability. Hyperbole is integral to constructing narrative voice. Whether expressed by the narrator or within dialogue, it contributes to establishing tone, which may range from irony and satire to drama or emotion. In this way, hyperbole

shapes the interpretive framework through which readers engage with the text. Additionally, it enhances descriptive vividness by intensifying imagery, making scenes more dynamic and memorable. Statements such as *"I waited forever"* or *"You never listen"* exaggerate experience to communicate impatience or conflict.

The use of heightened language, such as hyperbole, fosters stronger sensory and emotional engagement. Hyperbole serves as a mechanism for thematic emphasis. By magnifying specific elements of experience or representation, authors foreground central ideas, conflicts, and ideological concerns. This function is particularly evident in satirical and critical discourse, where exaggeration exposes social, moral, or institutional contradictions. Hyperbole may also underscore binary oppositions, such as appearance versus reality, thereby enhancing the conceptual depth of the text. For example, in The Catcher in the Rye recurrent exaggeration contributes to Holden Caulfield's distinctive narrative voice. Hyperbole often operates alongside metaphor, irony, and symbolism to produce layered meanings. Therefore, it should be regarded as an integral component of literary expression, contributing to both the formal structure and interpretive richness of the text. Hyperbole may also establish a distinctive idiolect for specific characters, enhancing recognizability and stylistic coherence. For example, in The Catcher in the Rye recurrent exaggeration contributes to Holden Caulfield's distinctive narrative voice. Hyperbole often operates alongside metaphor, irony, and symbolism to produce layered meanings. Therefore, it should be regarded as an integral component of literary expression, contributing to both the formal structure and interpretive richness of the text.

Within dialogue, hyperbolic expressions indicate interpersonal dynamics by reflecting emotions such as enthusiasm, frustration, or admiration. They may also signal power relations and contribute to the development of conflict or tension. Recurrent use of hyperbole can establish a distinctive idiolect for specific characters, enhancing their recognizability and stylistic coherence. Hyperbole in literary discourse is typically the result of deliberate artistic construction. It often operates alongside other figurative devices, such as metaphor, irony, and symbolism, to produce complex and layered meanings. Therefore, hyperbole should be regarded as an integral component of literary expression, contributing to both the formal structure and interpretive richness of the text.

Hyperbolic expression enhances the vividness and descriptiveness of literary language, making imagery more dynamic and engaging. It is frequently used to highlight contrasts, especially between appearance and reality. In dialogue, hyperbole can indicate interpersonal dynamics, such as dominance, enthusiasm, or insecurity. It also intensifies emotional scenes, increasing their impact on the reader. Consistent use of hyperbole can establish a unique character voice, enhancing stylistic distinctiveness. Thus, hyperbole is essential for generating meaning in literature, serving not merely as ornamentation but as a vital tool for clarifying themes and strengthening the narrative's overall impact.

Hyperbole is a versatile pragmatic device that operates across diverse communicative contexts. While its core mechanism remains constant, its functions vary depending on medium and purpose.

In social media, hyperbole enhances immediacy, engagement, and emotional expression. In literary texts, it contributes to characterization, narrative voice, and thematic depth. Understanding these differences provides valuable insight into how meaning is constructed and interpreted in different forms of communication.

Future research may explore hyperbole in other digital environments or examine cross-cultural differences in its use. Such studies would further expand the understanding of hyperbole as a dynamic and context-sensitive communicative strategy.

REFERENCES

1. Desai S., Bailey K., Filik R. The role of hyperbole in conveying emotionality: the case of victim speech. Cognition and Emotion. 2025, 39(7), pp. 1474-1481.

2. Authentic presentation or false exaggeration? Exploring the effects of social- and personal-based comparisons from cognitive emotion theory. Computers in Human Behavior 156. https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108231

3. Wynn E., Katz J. E. Hyperbole over Cyberspace: Self-Presentation and Social Boundaries in Internet Home Pages and Discourse. The Information Society. 1997, 13(4), pp. 297-327. https://doi.org/10.1080/019722497129043

4. Eisenstein J., O'Connor B., Smith N. A., Xing E. P. Diffusion of Lexical Change in Social Media. 2014, PLOS ONE. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0113114

5. Hyperbolic language and its relation to metaphor and irony. Journal of Pragmatics 79, pp. 79-92.

6. Hyperbole in Arabic YouTube: a pragmalinguistic study of artificial intelligence discourse // Humanities and Social Sciences Communications 11. 2024.

7. The unbearable lightness of hyperbolic language. Nature Catalysis. (June 26, 2024). https://www.nature.com/articles/s41929-024-01191-8

HYPERBOLE IN SOCIAL MEDIA AND LITERARY TEXTS: A PRAGMATIC PERSPECTIVE

A.G.Aghalarova

Azerbaijan State Pedagogical University

Baku, Azerbaijan, sev_h@bk.ru

Hyperbole, defined as deliberate exaggeration, plays a significant role in both everyday communication and literature. This study investigates the functions of hyperbole in two distinct domains: social media and literary texts. Drawing on theories of implicature and relevance, the analysis argues that hyperbole functions as a communication strategy shaped by context, audience, and medium.

Keywords: hyperbole, pragmatics, social media, literary discourse, implicature

УДК 81'276:004.738.5

МУЛЬТИМОДАЛЬНОСТЬ РЕЧЕВОЙ АГРЕССИИ В КОМПЬЮТЕРНО-ОПОСРЕДОВАННОЙ КОММУНИКАЦИИ

А.В. Бабук

Национальная библиотека Беларуси, Минск, Республика Беларусь

alexander-babuk@yandex.ru

Статья посвящена такому явлению как мультимодальность речевой агрессии в компьютерно-опосредованной коммуникации. Автор предпринимает попытку объяснить мультимодальность речевой агрессии на конкретных примерах. Особое внимание уделяется феномену языковой игры, используемой в качестве средств выражения речевой агрессии в текстах, не содержащих криминалистически значимую информацию.

Ключевые слова: мультимодальность, речевая агрессия, языковая игра, компьютерно-опосредованная коммуникация.

Жизнь современного человека трудно представить без компьютера, смартфона и средств массовой коммуникации. Ежедневно по всему миру люди отправляют друг другу множество текстовых и голосовых сообщений, покупают товары с помощью мобильных приложений, используют чат-боты для оказания услуг, публикуют посты в социальных сетях и т. д. Но иногда эти средства коммуникации могут стать инструментом нанесения вреда человеку, совершения правонарушения, а текст – инструментом его совершения. При этом с точки зрения криминалистики как «науки о закономерностях механизма преступления, возникновения информации о нём и его участниках» [1, с. 11], все действия, совершаемые человеком в интернет-пространстве, считаются преднамеренными, поскольку коммуниканты располагают временем для создания и обдумывания своего сообщения.

Случаи, когда текст становится инструментом нанесения вреда, называют речевой агрессией. В современной коммуникации под речевой агрессией понимается «негативное речевое воздействие и взаимодействие; обидное общение; выражение отрицательных эмоций и намерений в неприемлемой в данной ситуации и оскорбительной для собеседника форме» [5, с. 13]. Если тексты в речевой агрессий содержат криминалистически значимую информацию, тогда выявленные в нем факты и деяния могут указывать на правонарушение, совершенное посредством слова.

Особым феноменом современной компьютерно-опосредованной коммуникации выступает мультимодальность. Это коммуникация, осуществляемая при помощи различных семиотических систем и каналов общения (аудиовизуальных, визуальных, пространственных и т. д.), а также обращение к «языку тела» (body language), предполагающему использование невербальных компонентов коммуникации, связанных с различными проявлениями телесности человека – мимики, жестов, поз и т. д. Когда «вербальная составляющая высказывания расходится с невербальными аспектами коммуникации» [2, с. 46], мультимодальный компонент высказывания может стать даже объектом судебной психологической и лингвистических экспертиз.

Мультимодальность предполагает использование различных семиотических компонентов коммуникации, направленных на создание мотивированного высказывания по форме и значению. Она «является выражением интересов социально сформировавшихся индивидов, которые с помощью этих знаков осознают – придают внешнее выражение – своим значениям, используя доступные в культурном отношении семиотические ресурсы, сформированные практиками членов социальных групп и их культур» [3, p. 10] Мультимодальность соответствуют принципу диспозиции, т.е. внутренней установке личности и ее психологической готовности к тем или иным видам социальной деятельности.

В применении к компьютерно-опосредованной коммуникации мультимодальность – это использование различных как вербальных, так и невербальных средств, подражающих разговорной речи и формирующих эмотивность текста. Особенно стоит здесь отметить эмодзи, которые могут выполнять различные функции в тексте (чаще всего замещающую). В этом смысле мультимодальность применяется с целью экономии языковых средств, а также компенсации использования «паралингвистических знаков, сопутствующих разговорному языку “с глазу на глаз” (face-to-face)» [4, с. 77], необходимых для создания эмотивности в высказывании. Такой текст приобретает более поликодовый (креолизованный) характер, поскольку при его создании задействованы различные знаковые систе-

мы. Иногда мультимодальность становится средством реализации различных проявлений речевой агрессии в тексте.

В настоящее время можно выделить следующие типичные виды речевой агрессии в компьютерно-опосредованной коммуникации:

- Оскорбление – создание адресантом высказываний, в которых содержится негативная оценка личности: «*Ты и вся твоя семья* □». В данном высказывании используется эмодзи, дешифровка которого выявляет зоосемантизм *свинья* (□), выступающий в роли оценочного предиката, используется в качестве номинатива, характеризующего «грязного и нечистоплотного человека» [6, с. 261]. Негативная оценка лица в данном высказывании обусловлена тем, что адресатом высказывания является высокопоставленное лицо.
- Экстремизм – создание высказываний, содержащих негативную оценку лица по какому-либо признаку (язык, раса, национальность, религия или принадлежность к определенной группе) и содержащих побуждение к насильственным действиям на основании этих признаков: 🇷🇺 – *для русских, Москва – для москвичей*. Данное высказывание является имплицитным. Оно содержит эмодзи 🇷🇺 (*флаг Российской Федерации*), который замещает слово *Россия*. Данное высказывание – имплицитное и выполнено посредством лингвистического приема семантической свертки, импликатуру которой можно «развернуть» следующим образом: *«В России должны проживать только русские, потому необходимо уничтожить в России всех, кто не русской национальности»;*
- Угроза – создание перлокутивных высказываний, которые выражают желание адресанта совершить небенефактивное действие по отношению к адресату в будущем: *«Я тебя□□».* В данном высказывании используются эмодзи □(*кинжал*), которой в сочетании с эмодзи □(*гроб*), выражающий смерть, можно дешифровать глаголом *зарезать*: *«Я тебя зарежу»*;
- Кибергрумминг (от англ. *to groom* – ухаживать) – создание высказывание, направленных на принуждение лица к совершению развратных действий: *«Покажи мне свою □, иначе во вторник все твои фото буду загружены в социальные сети»*. В данном высказывании используется эмодзи □, предполагающий обращение к одному из образов телесного низа адресата: *«Покажи мне свою ж*пу, иначе во вторник все твои фото буду загружены в социальные сети».*

Далеко не всегда тексты с проявлением речевой агрессии могут содержать в себе криминалистически значимую информацию. Иногда речевая агрессия используется в качестве инструмента языковой игры – лингвистического приема, при котором создается «языковая неправильность (или необычность), осознаваемая говорящим (пишущим) и намеренно допуская» [7, с. 23]. Языковая игра создает комический эффект в высказывании, тем самым, снижая или вовсе нивелируя его криминалистически значимую обусловленность и, соответственно, потенциально наносимый вред адресату.

Приведем несколько примеров высказываний с использованием языковой игры из нашего массива текстов, представленных на материале 1000 постов (сообщений) в социальных сетях и комментариев к покупкам в интернет-магазинах:

1) Прописные буквы текущего шрифта: *«Консультант обосновал оплату самовывоза тем, что затратно привозить заказы в пункты выдачи товара. ТАК ЗАЧЕМ ОНИ ВООБЩЕ ТОГДА НУЖНЫ?! У Вас ничего не хрустнет от того, что машина повезет не один, а множество заказов и с каждого по 3-5 рублей?! Спасибо, что предупредили о том, что от 75 рублей вывоз бесплатно. Знаете, но*

не всегда приходится покупать на такую сумму. Больше здесь покупать не стану... ГДЕ ХОТЬ СЛОВО ОБ ЭТОМ НА ВЕБ-СТРАНИЦЕ МАГАЗИНА?!»;

2) Прописные буквы внутри конкретной лексемы для закрепления других смыслов: *«Понятно,что "нашим" режимным палитолахам,АН*Литикам и иже с ними мнение Верховного комиссара ООН по-барабану»;*

3) Интонация, соответствующей противоположному направлению эмотивности высказывания: *«Отличный НГ, спасибо отвратительному онлайн-магазину "Купи за один клик"!»*;

4) Матизмы и ненормативная лексика в качестве междометий:

*«Всю ночь я читала про то, как люди прячутся в квартирах на Площади Перемен, как не могут выйти, потому их поджидают каратели, как хозяева квартир не могут включить свет, а их гости – поднять головы. Серьезно бл*ть? Это происходит в 21 веке?!»;*

5) Звукоподражания, а также сочетания правых скобок, замещающих эмотиконы: *«Ауууу тут вот чел пытается всех убедить что кругом дебилы))) что дворцы и Майбахи с вертолетами это вообще норма для наёмного менеджера ! Ауууу Мишутка, я пашу с 20 лет на трёх работах а на теслу так и не заработала, про дворец вообще молчу, квартирку хочу забрать свою по цене Айфона, куда прикажешь обратиться ????))))»*;

6) Поликодовый текст, отсылающий к известному высказыванию из фильма «Терминатор» *“I’ll be back” («Я вернусь»)*.

Таким образом, мультимодальный компонент часто применяется при создании высказываний речевой агрессии в компьютерно-опосредованной коммуникации. Она представляет собой сложный феномен, предполагающий подключение различных каналов восприятия как в устной, так и в письменной речи коммуникантов. В текстах компьютерно-опосредованной коммуникации мультимодальность высказывания позволяет задействовать паралингвистический, визуальный компоненты высказывания. При создании высказываний, содержащих различные виды речевой агрессии (оскорбления, экстремизма, угрозы, кибергрумминга), используемой в том числе и в качестве средства языковой игры, мультимодальный компонент используется в качестве инструмента креолизации текста.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Криминалистика : учебник для бакалавров и специалистов / отв. ред. Е. П. Ищенко. – Москва : Проспект, 2020. – 560 с.

2. Бабук, А. В. Компетенции эксперта-лингвиста в зарубежной практике судебной лингвистической экспертизы / А. В. Бабук // Фундаментальные и прикладные проблемы эффективности научных исследований и пути их решения: Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции (Волгоград, 28 января 2020 г.). / в 2 ч. – 2020. – Ч. 2 – Стерлитамак: АМИ. – С. 44–48.

3. Gunther, K. Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication / K. Gunther – New York: Routledge, 2010. – 212 p.
4. Габдрафикова, Т. Ш. Мультимодальность речевой агрессии в виртуальной среде / Т. Ш. Габдрафикова – Филологические науки. Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота, 2017. – № 7 (73): в 3-х ч. – Ч. 3. – С. 76-79.
5. Щербинина, Ю.В. Речевая агрессия. Территория вражды: учеб. пособие / Ю.В. Щербинина. – Москва: ФОРУМ, 2015. – 400 с.
6. Химик, В. В. Толковый словарь русской разговорно-обиходной речи в 2-х тт. / В. В. Химик – Т. 2.: от О до Я. – СПб.: Златоуст, 2017. – 532 с.
7. Санников, В. З. Русский язык в зеркале языковой игры / В.С. Санников – 2-е изд.. – Языки славянских культур, 2002. – 552 с.

MULTIMODALITY OF VERBAL AAGRESSION IN COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION

A.V. Babuk
National Library of Belarus, Minsk, Belarus
alexander-babuk@yandex.ru

The article is dedicated to the phenomenon of multimodality of verbal aggression in computer-mediated communication. The author attempts to explain the multimodality of verbal aggression using specific examples. Special attention is paid to the phenomenon of lingual play, which is used as a means of expressing verbal aggression in texts that doesn't contain criminalistically significant information.

Keywords: multimodality, verbal aggression, lingual game, computer-mediated communication.

УДК 81'42

ПЕСНЯ В СТРУКТУРЕ КИНОДИСКУРСА: К ПРОБЛЕМЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТИПА СМЕШАННОГО ТЕКСТА

Д.О. Бадалова
Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы
Москва, Россия, badalova-do@rudn.ru

В статье рассматривается проблема терминологического определения песни в кинодискурсе как особого типа смешанного текста. Анализируются подходы к описанию креолизованных, поликодовых и мультимодальных текстов в современной лингвистике. Обосновывается целесообразность использования термина мультимодальный для характеристики песни в кино, поскольку он наиболее полно отражает перцептивную и семиотическую сложность исследуемого явления и соответствует современным международным научным тенденциям.

Ключевые слова: песня в кинодискурсе; смешанный текст; мультимодальный текст; поликодовый текст; креолизованный текст; кинодискурс.

В современной лингвистике проблема терминологического обозначения смешанных текстов остаётся дискуссионной. Так, наиболее употребительными в научных исследованиях являются термины *креолизованный, поликодовый* и *мультимодальный*, каждый из которых подчеркивает различные аспекты взаимодействия знаковых систем. В рамках настоящего исследования рассматривается вопрос определения статуса песни в кинодискурсе как особого типа смешанного текста. Актуальность исследования, в первую очередь, обусловлена широким

распространением кинематографа в современном обществе. И. Н. Зиновьева и С. Ю. Степанова, например, подчеркивают высокую востребованность кино среди зрительской аудитории, отмечая, что современная молодежь, обладающая клиповым мышлением, воспринимает кинематограф не только как зрелищную форму развлечения, но и как доступный и легко усваиваемый источник информации [4].

В научной литературе представлено множество определений кинодискурса. Так, например, А. В. Оляничч определяет кинодискурс как комплексный лингвосемиотический коммуникативный феномен культуры. Автор также подчеркивает его отнесенность к ценностям человечества, накапливаемым с конца XIX – начала XX столетий по настоящий момент, и перспективный характер его развития, непосредственным образом связанный с непрерывным совершенствованием информационных технологий, включая цифровые мультимедийные средства визуализации, а также с усиливающейся виртуализацией человеческого существования [8, с. 162]. С. С. Назмутдинова трактует кинодискурс как «семиотически осложненный динамичный процесс взаимодействия автора и кинореципиента, протекающий в межъязыковом и межкультурном пространстве с помощью средств киноязыка, обладающего свойствами синтаксичности, вербально-визуальной сцепленности элементов, интертекстуальности, множественности адресанта, контекстуальности значения, иконической точности, синтетичности» [6, с. 7].

В рамках междисциплинарного семиотико-синергетического подхода С. С. Зайченко трактует кинодискурс как «совокупность вербального и невербального компонентов кинопроизведения, а также факторов, влияющих на его создание и восприятие, образующих единое смысловое, структурное и функциональное целое» [3, с. 96]. Так, кинодискурс относится к сложным многоуровневым семиотикам и имеет подсистемы знаков, образующие иерархию. Вследствие изменения порядка одного знака меняется значение всей комбинации [3].

Таким образом, кинодискурс представляет собой сложное семиотическое образование, в котором взаимодействуют вербальные, визуальные и аудиальные компоненты. Песня, интегрированная в структуру фильма, усиливает данную многослойность, объединяя текст, музыку, изображение и кинетические элементы (жест, мимика, движение). Следует отметить, что в данном исследовании рассматривается песня в структуре нарратива, то есть зачастую исполняемая персонажем кинематографического произведения с той или иной целью. Она может состоять в раскрытии внутреннего состояния персонажа, развитии сюжетной линии, характеристике героя или создании эмоционального фона сцены. В связи с чем возникает необходимость уточнения терминологического аппарата для описания песни в структуре кинодискурса как типа смешанного текста.

В. А. Омельяненко и Е. Н. Ремчукова отмечают, что в современной русистике для обозначения смешанного текста наиболее употребительным является термин *поликодовый,* который в научной парадигме сменил термин *креолизованный*; в то время как в зарубежной лингвистике наиболее широко используемым является понятие *мультимодального текста.* Авторы также выделяют ряд терминов отечественной лингвистики, обозначающих смешанный тип текстов, среди которых полимодальный, контаминированный, лингво-визуальный и видео-вербальный типы [9].

Следует начать с термина *креолизованного текста*, который принадлежит отечественным лингвистам Ю. А. Сорокину и Е. Ф. Тарасову. В трудах лингвистов

фактура креолизованного текста трактуется как состоящая «из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к

другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [11, с. 180–181]. Важным является тот фактор, что в числе примеров креолизованного текста авторы приводят именно кинотексты. В этой связи можно предположить, что песня в структуре кинодискурса определяется как креолизованный текст. Однако в ряде научных работ отмечается, что в современных исследованиях она все чаще определяется как *поликодовый текст* [9; 10]. Более того, О. И. Максименко подчеркивает, что термин *креолизованный текст* не в полной мере отражает сущность данного явления и может вызывать ассоциации с креолизованными языками [5].

Действительно, песня в кино может быть охарактеризована и как поликодовый текст, поскольку в ее структуре сосуществуют различные семиотические коды. А. А. Бернацкая рассматривает термин *поликодовый* в качестве обозначения синкретичных сообщений, сочетающих элементы знаковых систем. Термин креолизация же, согласно мнению автора, применим к процессу семиотического усложнения текста с прагматической целью [1].

В современной лингвистике отсутствует единый подход к соотношению понятий *поликодовый* и *мультимодальный* текст. Одни исследователи разграничивают данные термины, связывая их с семиотической организацией текста и особенностями его восприятия, тогда как другие подчеркивают их концептуальную близость и взаимосвязанность. Так, Е. Д. Некрасова отмечает, что кодовость и модальность представляют собой самостоятельные аспекты классификации текста, связывая поликодовый текст с сочетанием различных семиотических кодов, а мультимодальный текст – с восприятием информации через разные сенсорные каналы [7]. А. М. Волоскович, напротив, указывает на близость понятий полимодальности и поликодовости, связывая их с совмещением различных способов кодирования и восприятия информации [2].

Перцептивный аспект оказывается принципиально значимым для кинодискурса, ориентированного на одновременное воздействие на зрительный и слуховой каналы. С этой точки зрения более обоснованным представляется использование термина *мультимодальный*. В рамках мультимодального подхода ключевым становится понятие модуса как способа организации и передачи смысла, связанного с определённым каналом восприятия (визуальным, аудиальным, вербальным и др.). Песня в кинодискурсе реализуется через одновременное функционирование нескольких модусов, что обеспечивает формирование комплексного смыслового и эмоционального эффекта.

Важным является то, что мультимодальность позволяет учитывать не только наличие различных компонентов, но и их динамическое взаимодействие в процессе восприятия. Музыкальный ряд задаёт эмоциональную тональность, визуальный ряд направляет интерпретацию, а вербальный текст конкретизирует содержание. Смысл в данном случае возникает как результат синергии модусов.

Другим важным фактором использования термина мультимодальный текст по отношению к песне в структуре кинодискурса представляется включение исследований в международную повестку. Анализ научной литературы показывает, что в зарубежной лингвистике для описания смешанных текстов преимущественно используется термин *мультимодальный*. При этом термины *креолизованный, поликодовый* и *мультимодальный* не являются взаимоисключающими, поскольку они могут акцентировать внимание на разных аспектах смешанного текста (интеграции знаковых систем, сочетании кодов или особенностях восприятия информации) [10].

Таким образом, определение песни в кинодискурсе как мультимодального текста представляется теоретически обоснованным, поскольку данный термин в большей степени отражает как структурные, так и когнитивно-перцептивные особенности данного феномена. Поликодовость при этом может рассматриваться как частный аспект мультимодальности, описывающий состав используемых знаковых систем.

Следовательно, использование термина *мультимодальный* позволяет более адекватно интегрировать анализ песни в кинодискурсе в современный международный научный контекст и обеспечивает более точное описание механизмов смыслообразования в условиях синкретичной коммуникации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Бернацкая, А.А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние / А. А. Бернацкая // Речевое общение: Специализированный вестник / Краснояр. гос. ун-т. – Вып. 3 (11). – Красноярск, 2000. – С. 104–110.

2. Волоскович, А. М. Иконотекст как разновидность полимодальной гибридизации / А. М. Волоскович // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2011. –Вып. 5. (611): Языкознание. – С. 25–36.

3. Зайченко, С. С. К вопросу о знаковой неоднородности кинодискурса / С. С. Зайченко // Вестник ЧелГУ. – 2013. – № 2 (293). – С. 96–99.

4. Зиновьева, И. Н., Степанова С. Ю. Художественный кинодискурс на занятиях по теории и практике межкультурной коммуникации (на примере кинофильма «Зеленая книга») / И. Н. Зиновьева, С. Ю. Степанова // Преподаватель XXI век. – 2025. – № 2-2. – С. 376–385.

5. Максименко, О. И. Поликодовый vs. креолизованный текст: проблема терминологии / О. И. Максименко // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2012. – № 2. – С. 93–102.

6. Назмутдинова, С. С. Гармония как переводческая категория (на материале русского, английского, французского кинодискурса) : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Назмутдинова Светлана Сергеевна ; Перм. гос. техн. ун-т. – Пермь, 2008. – 21 с.

7. Некрасова, Е. Д. К вопросу о восприятии полимодальных текстов / Е. Д. Некрасова // Вестник Томского государственного университета. – 2014. – № 378.– С. 45–48.

8. Олянич, А. В. Кинодискурс / А. В. Олянич // Дискурс-Пи. – 2015. – № 2. – С. 162–165.

9. Омельяненко, В. А., Ремчукова, Е. Н. Поликодовые тексты в аспекте теории мультимодальности / А. В. Омельяненко, Е. Н. Ремчукова // Коммуникативные исследования. – 2018. – № 3 (17). – С. 66–78.

10. Сабадин Сантос Талавейра Медина, Ж. П. Смешанные тексты: креолизованный vs поликодовый vs мультимодальный / Ж. П. Сабадин Сантос Талавейра Медина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2022. – № 6. – С. 2017–2023.

11. Сорокин, Ю. А., Тарасов, Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990 – С. 180–186.

SONG IN THE STRUCTURE OF CINEMATIC DISCOURSE: ON THE PROBLEM OF DEFINING THE TYPE OF MIXED TEXT

D.O. Badalova

RUDN University, Moscow, Russia

badalova-do@rudn.ru

The article examines the problem of terminological definition of a song within cinematic discourse as a specific type of mixed text. It analyzes approaches to describing creolised, polycode, and multimodal texts in modern linguistics. The study substantiates the appropriateness of

using the term multimodal in relation to the song in films, as it more accurately captures the perceptual and semiotic complexity of the phenomenon and reflects current directions in international academic research.

Keywords: song in cinematic discourse; mixed text; multimodal text; creolised text; polycode text; cinematic discourse.

УДК 103.7(44.333)

НЕКОТОРЫЕ ФЛОРОНИМЫ СТАРОБИНАРАДСКОГО ГОВОРА МОКША-МОРДОВСКОГО ЯЗЫКА: МАТЕРИАЛЫ К ДИАЛЕКТНОМУ СЛОВАРЮ

Н.В. Беленов

Самарский государственный социально-педагогический университет
Самара, Россия, belenov82@gmail.com

В статье рассматриваются некоторые флоронимы старобинарадского говора мокша-мордовского языка, бытующего в селе Старая Бинарадка Красноярского района Самарской области. Основное внимание уделяется диалектным формам флоронимов, отличным от литературно-письменной нормы. Статья базируется на полевых материалах автора.

Ключевые слова: лексикология; диалектология; флоронимы; мокша-мордовский язык; мордва; эрзя-мордовский язык; Самарское Поволжье

Старобинарадский говор мокша-мордовского языка представляет интерес для диалектологов (и не только) сразу по нескольким причинам.

Мордовское население Старой Бинарадки в значительной степени составляют потомки выходцев с Самарской Луки, главным образом, из села Бахилово. Самаролукские мокшанские говоры составляют особую диалектную разновидность мокша-мордовского языка, пока ещё недостаточно исследованную; однако, уже на данном этапе можно утверждать, что мокшанские в своей основе, они испытали на каком-то этапе значительное эрзянское влияние, а также имеют некоторые черты, характерные для диалекта мордвы-шокши. При этом именно бахиловский говор пострадал сильнее остальных в результате социально-демографических изменений на Самарской Луке происшедших в течение последних десятилетий [1], в свете чего изучение языка потомков выходцев из Бахилово в какой-то степени позволяет восполнить этот пробел.

В данной работе мы сосредоточимся на таком разделе лексики, как названия растений, отличающемся заметным диалектным разнообразием во многих языках, в том числе и в мордовских.

Вопросы названий культурных и дикорастущих растений в говорах мордовских языков в той или иной степени затрагивались в работах специалистов финно-угроведов [2, 5, 6, 7], особенное внимание их изучению уделяет А.М. Гребнева [3, 4].

Вместе с тем, многие диалектные названия растений в мордовских языках, в особенности у мордвы, проживающей за пределами территории Республики Мордовия, остаются слабоизученными или вовсе неизвестными.

В старобинарадском говоре имеется достаточно представительный кластер флоронимов, имеющих полное соответствие в литературно-письменном мокша-мордовском языке, либо отличающихся от литературно-письменных форм только за счёт аффиксации, что для мордовских языков типично. Кроме того, мы не рас-

сматриваем здесь в качестве диалектных вариаций фонетические отличия, которые имеют место, поскольку фонетика старобинарадского говора имеет существенные отличия от фонетики литературного мокшанского языка. Здесь и далее флоронимы приводятся так, как они звучат в старобинарадском говоре.

К данному кластеру относятся, например, следующие флоронимы, бытующие в старобинарадском говоре: *тума* – ‘дуб’; *пою* – ‘осина’; *пиди палакс* – ‘крапива’; *шей* – ‘камыш (осока, рогоз и т.д.)’; *келу* – ‘берёза’.

Также надо отметить семантические переходы. Так, флороним, обозначающий в мордовских языках сосну – *пиче*, в старобинарадском говоре в речи части носителей имеет значение ‘дерево вообще’, поскольку село находится в окружении соснового бора. Мокшанская лексема *шуфта* – ‘дерево’, в таком случае сохраняется лишь в прилагательном *шуфтэнь* – ‘деревянный’. Аналогичный семантический переход произошёл и в ареально близком старобинарадскому (но не родственном ему) узюковском говоре мокша-мордовского языка, носители которого проживают в аналогичном природном окружении (ПМА, Самарская область, Ставропольский район, Узюково, 2024). Кроме того, дерево липа у мокшанского населения Старой Бинарадки обозначается лексемой *ленгакс*, которая восходит к слову *ленгя* - ‘лыко’ с аффиксом превратительного падежа в мордовских языках - *кс*.

Лыко имело раньше существенное значение в хозяйстве мордвы, делянки под добычу этого ценного ресурса распределялись заранее между всеми хозяйствами на общем сходе (ПМА, Оренбургская область, Бугурусланский район, Кирюшкино, 2021). Поскольку основной древесной породой, с которой заготавливалось лыко, у мордвы была липа, то и название этого дерева в некоторых говорах изменилось на ленгакс. Также сравните в ряде эрзянских говоров: *ленгекс* – ‘молодая липа’ (на заготовку лыка использовались молодые деревья); в других говорах *ленгекс* – ‘липа с содранной корой’. Вероятно, семантический переход в старобинарадском говоре шёл тем же путём. Здесь же отметим, что в мокшанских говорах Самарской Луки сохраняется название *пеши* для липы (например, в торновском говоре мокша-мордовского языка).

Заслуживает внимания вытеснение собственно мордовского названия для ивы в старобинарадском говоре соответствующим русизмом. Но при этом лексема *каль* сохраняется здесь в значении ‘заросли’. На Самарской Луке, например, в торновском говоре, лексема *каль* в настоящее время полностью утрачена, сохранившись лишь в топонимии: *Каль* – название озера у села Торновое, современным мокшанским населением никак не этимологизирующееся. Озеро это мелководное, берега его и время от времени пересыхающие участки зарастают различными ивовыми породами, поэтому весьма вероятно, что в основе его названия лежит та же лексема, сохранившаяся в старобинарадском говоре; таким образом, название озера можно перевести на русский язык как Кустоватое – что имеет многочисленные параллели в различных языках как на Самарской Луке, так и вообще в Среднем Поволжье. Здесь же укажем, что, по некоторым данным, нуждающимся в уточнении (часть информантов была с этим не согласна), в старобинарадском говоре за ивой, либо за вербой закрепилась лексема *варда*, которая в мордовских языках вообще имеет иные значения, чаще всего негативные.

Перечислим ещё несколько флоронимов, бытующих в старобинарадском говоре.

Нормаль – ‘лесная ягода’, ‘крупная лесная клубника’. В литературно-письменном языке за этой лексемой закрепилось значение ‘клубника (садовая

земляника)’, хотя изначально значение данной лексемы в мокшанских диалектах было ближе к тому, которое сохраняется в старобинарадском говоре.

Кистенька – ‘маленькая душистая земляника’. В ряде диалектов мокшанского языка бытует лексема *ксты* (чаще произносится как *кисты*) в значении ‘земляника’. В старобинарадском говоре на форму флоронима повлияла русская аффиксация, возможно, при влиянии другого русского флоронима – *костяника*, которую мокшане Старой Бинарадки и Узюково ценят и собирают. Впрочем, для костяники в данных говорах бытуют собственные наименования.

Саразань сильмонят – ‘костяника’. Эта ягода вообще в большом почёте у мордвы данного субрегиона, её старобинарадское название можно перевести на русский язык как ‘куриные глазки’.

Толгалакс – ‘щавель’. Данная лексема не встречалась нам нигде, кроме как в старобинарадском говоре. В литературном мокшанском языке щавель обозначается *умбрав*. В основе старобинарадского флоронима лежит общемордовская лексема *толга* – ‘перо’, очевидно, в связи с характерной формой листьев этого растения. Аффикс *–кс* также является общемордовским, сложнее с аффиксом *–ла*. Учитывая этноязыковую историю носителей старобинарадского говора и их предков с Самарской Луки, можно предполагать здесь тюркский аффикс прилагательного. Окончательно ответить на этот вопрос помогут дальнейшие исследования.

Пинемкс – ‘овёс’. Флороним в старобинарадском говоре отличается от литературной мокшанской формы только аффиксацией: стандартизированная форма - *пинем*.

Равжака – ‘бузина’. В основе флоронима лежит лексема *равжа* – ‘чёрный’, что объясняется цветом зрелых ягод этого растения. В ряде мокшанских диалектов для данного растения отмечается устойчивое словосочетание *баяронь шуфта* – барское дерево, при этом в других так обозначается боярышник, а для бузины используется заимствование из русского языка.

Чуктр – ‘какое-то дерево, возможно, клён’. В литературно-письменных мордовских языках клён называется *уштор* и *укштор*. В ряде эрзянских диалектов Заволжья нами отмечается форма *укшторо*. Также в старобинарадском говоре бытует лексема *шукштр* – ‘сосновая кора для розжига’.

Кармараф – ‘репей’. Точного соответствия старобинарадскому флороними среди литературно-письменных и диалектных форм в мордовских языках обнаружить не удалось, ближе всего, полагаем, эрзянское *кирмалав* – ‘репей’. Эрзянский компонент в составе мордовского населения Старой Бинарадки фиксируется как по историческим документам (ревизские сказки XVIII века), так и в этноязыковой самоидентификации носителей старобинарадского говора.

В настоящее время эрзянское влияние на старобинарадский говор мокша-мордовского языка прослеживается лишь в ряде лексем, однако, надо учитывать, что отдельные эрзянизмы фиксируются и в мокшанских говорах Самарской Луки, поэтому время и пути их проникновения в старобинарадский говор – тема для отдельного исследования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Беленов, Н.В. Мокша-мордовская топонимия Самарской Луки / Н.В. Беленов. – Самара: Порто-принт, 2018. 200 с.

2. Беленов, Н.В. Флористическая лексика эрзянских говоров Самарского Заволжья: названия деревьев / Н.В. Беленов // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – 2022. – №12. – С. 75 – 80

3. Гребнева, А.М. Диалектные наименования номинантов мордовских травянистых растений / А.М. Гребнева // Ежегодник финно-угорских исследований. – 2012. – №2. – С. 6 – 13

4. Гребнева, А.М. Названия плодовых деревьев и кустарников в мордовских языках и говорах / А.М. Гребнева // Ежегодник финно-угорских исследований. – 2017. – №2. – С. 7 – 17

5. Гришунина, В.П. Диалектная лексика мокшанского языка / В.П. Гришунина. – Саранск: Издательство Мордовского университета, 2015. – 172 с.

6. Поляков, О.Е., Леткина, Н.В. Зоонимический компонент в системе названий растений мордовских (мокшанского и эрзянского) языков / О.Е. Поляков // Вестник угроведения. – 2023. - №3. – С. 476 – 483

7. Paasonen, H. Mordwinisches Wörterbuch Zusammengestellt von Kaino Heik kilä. Unter Mitarbeit von Hans-Hermann Bartens, Aleksandr Feoktistov und Grigori Jermuschkin. Bearbeitet und herausgegeben von Martti Kahla / H. Paasonen. – Helsinki, 1990 1996. – Bd. 1–4.

SOME FLORONYMS OF THE STAROBINARADSKY DIALECT OF THE MOKSHA-MORDOVIAN LANGUAGE: MATERIALS FOR A DIALECT DICTIONARY

N.V. Belenov

Samara State University of Social Sciences and Education
Samara, Russia, belenov82@gmail.com

The article examines some of the floronyms of the Starobinaradsky dialect of the Moksha-Mordovian language spoken in the village Staraya Binaradka, Krasnoyarsk district, Samara region. The main attention is paid to the dialectal forms of floronyms, which differ from the literary and written norm. The article is based on the author's own field materials.

Keywords: lexicology; dialectology; floronyms; Moksha-Mordovian language; Mordva; Erzya-Mordovian language; Samara Volga region

УДК 81’42

СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СОЛИДАРНОСТИ В КРИЗИСНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

А.А. Биюмена

Белорусский государственный университет иностранных языков
Минск, Республика Беларусь, a_mesyats@mail.ru

Рассматриваются средства реализации кризисного медиадискурса в белорусских печатных изданиях во время освещения природного бедствия. Анализируются стратегии кризисного медиаскурса (стратегии интеграции, ориентации и нейтрализации), выделяются ключевые лексические средства репрезентации солидарности в кризисном медиадискурсе.

Ключевые слова: медиадискурс; пресса; солидарность; кризисная коммуникация; стратегия интеграции; стратегия нейтрализации; стратегия ориентации

В наше время человечество встречается с множеством кризисов – экономических, политических, социальных, экологических, – которые прочно вплетаются в повседневную жизнь общества. В периоды нестабильности именно средства массовой информации влияют на формирование общественных установок и оценку происходящего, ведь кризисный медиадискурс не ограничивается информирова-

нием о текущих событиях, он определяет ценности и модели поведения. В подобные периоды особенно заметно стремление людей к единению, поиску взаимной поддержки и доверия, поэтому идеи солидарности становятся важным элементом коммуникации.

Кризисные ситуации могут возникать по самым разным причинам. Внутренние проблемы появляются внутри системы и проявляются через слабое управление, низкий уровень развития экономики или неэффективное использование ресурсов. Наряду с этим внешние факторы, такие как глобальные экономические процессы, изменение климата или международные события, создают дополнительные препятствия для преодоления кризисов. В результате кризисы формируются под влиянием одновременно внутренних трудностей и внешних вызовов, что делает их последствия сложными, многогранными и трудно прогнозируемыми [1, с. 10].

Кризисы стали неотъемлемой частью повседневной жизни общества. Любое неожиданное событие мгновенно вызывает у людей чувство тревоги и страх потери контроля над ситуацией. Эмоциональное состояние общества в период кризиса охватывает широкий спектр отрицательных эмоций – от растерянности и замешательства до раздражения и гнева. Кризисные события создают не только чувство нестабильности, но и заметно влияют на психологический климат общества в целом. Несмотря на частотность кризисов, люди постепенно привыкают к ним, даже перестают проявлять удивление или интерес, особенно если кризис происходит в отдаленной точке мира. Это свидетельствует о том, что кризисы становятся нормой жизни, при этом неотъемлемой частью их преодоления является коммуникация [2, с. 35].

Таким образом, ключевую роль в обеспечении стабильности в обществе играет кризисный дискурс. Под этим понятием исследователи подразумевают совокупность дискурсивных практик, которые фокусируются на описании конфликта общественных интересов или влияния окружающей среды на разных этапах преодоления кризиса [3, с. 103].

Солидарность в контексте кризисного медиадискурса выступает как ключевое понятие. Она становится основой для совместных усилий и действий, направленных на преодоление трудностей. Однако средства ее экспликации могут варьироваться в зависимости от контекста и целевой аудитории. Важность анализа этих средств становится особенно актуальной в свете глобальных вызовов, таких как пандемия COVID-19, климатические изменения, политические конфликты.

Е. В. Пильгун в рамках выделения стратегий кризисного дискурса предлагает разделять сообщения на те, которые способствуют объединению населения, информируют о кризисной ситуации и направлены на противоборство. *Стратегия интеграции* предполагает сотрудничество и сближение, направленное на объединение общества либо групп людей в целое. Интеграция в кризисном сообщении используется для выражения солидарности, сплочения населения перед лицом надвигающегося кризиса; примером здесь может служить призыв к объединению, описание шагов к налаживанию коммуникации. *Стратегия ориентации* представлена в виде заявлений, обозначающих позицию власти, научного сообщества либо авторитетного источника. Комментарий профессионала помогает выстроить четкую аргументацию, объясняющую все кризисные события, а также помогает аудитории принять их необходимую интерпретацию. Кроме того, исследователь выделяет *стратегию нейтрализации*, которая направлена на умиротворение, уменьшение паники и снятие напряжения. Данные стратегии позволяют реализо-

вать основную цель кризисного дискурса – идеологизацию и манипуляцию массовым сознанием в условиях кризиса [4, с. 68].

Рассмотрим реализацию этих стратегий на примере медиадискурса на тему природного бедствия (урагана 2024 г. в Беларуси). Материал исследования составили 50 публикаций из таких белорусских газет, как «СБ Беларусь сегодня», «Гомельские ведомости», «Гродзенская праўда», «Бабруйскае жыццё», «Драгічынскі веснік», «Крупскі веснік», «Ляхавіцкі веснік», «Витебские вести», «Мінская праўда», «Наш час», «Дняпровец», «Пастаўскі край», «Комсомольская правда», «Мозырские новости».

В период с 13 по 14 июля 2024 года на территорию Республики Беларусь обрушился сильный ураган, наибольший ущерб от которого пришелся на Гомельскую область. По всей стране около 2000 населённых пунктов остались без электричества, 7 человек погибли, 75 пострадали. Последствия кризиса затронули только нашу страну, следовательно, данная кризисная ситуация является локальной и относится к природным бедствиям – естественным кризисам. Данная кризисная ситуация охватывает широкий спектр проблем (энергетика, транспорт, торговля, связь, водоснабжение), следовательно, является макрокризисом. По времени воздействия ураган относится к краткосрочным кризисным ситуациям, по возможности преодоления – преодолимая с помощью внутренних сил.

В середине июля в Беларуси наблюдалась экстремально высокая температура воздуха, в результате чего был введен красный уровень опасности. Грозовой дождь и штормовой ветер привели к большим разрушениям. Ураганом было повалено большое количество деревьев, что вызвало отключение электроэнергии, перебои в водоснабжении и связи. В некоторых городах и населённых пунктах не работали магазины, с перебоями функционировал общественный транспорт. В сложившейся ситуации возросла роль СМИ, которые информировали граждан о жертвах урагана, разрушениях и устранении последствий трагедии.

В период урагана СМИ ставили перед собой несколько ключевых целей, прежде всего, предоставление актуальной информации об угрозе, советы по безопасности. СМИ служат связующим звеном между органами власти, экстренными службами и населением, обеспечивая распространение важной и проверенной информации, они также освещают способы помощи и поддержки для тех, кто пострадал в результате бедствия, включая сбор средств и волонтёрские инициативы. Освещение событий может помочь осознать людям, что они не одни в своих переживаниях, создать чувство общности.

Для достижения этих целей в текстах СМИ были реализованы все описанные выше стратегии: ориентация (формулировка и объяснение кризисной ситуации), нейтрализация (снижение социальной напряженности, сглаживание противоречий) и интеграция (объединение и солидаризация общества).

Стратегия интеграции была использована в 44% проанализированных статей. в 36% публикаций была имплементирована стратегия нейтрализации, стратегия ориентации – в 20% публикаций. Стратегия интеграции используется наиболее часто, что указывает на стремление авторов объединить общество в условиях кризиса. Во время природных бедствий люди хотят знать, что они не остались один на один со своей бедой, им будет оказана помощь, как институциональная, так и со стороны общественных организаций, волонтёров. В кризисный период острыми становятся вопросы единства и взаимопомощи, поэтому эта стратегия становится чрезвычайно востребованной. Стратегия нейтрализации также занимает значительное место в материале исследования, поскольку она направлена на сни-

жение тревожности и паники среди населения. Авторы публикаций подчеркивают, что ураганы – это естественные явления, с которыми можно справиться, и это может помочь людям чувствовать себя более уверенно в условиях неопределённости. Наименьшая доля использования стратегии ориентации свидетельствует о том, что акцент на фактах и данных не является главным приоритетом для авторов: хотя информация о рисках и мерах предосторожности важна, в условиях борьбы с природным бедствием акцент на ориентации может быть менее эффективным, чем попытки объединить людей или успокоить их.

Стратегия ориентации заключается в информировании населения о сложившейся ситуации и предоставлении детальных рекомендаций по мерам предосторожности. В реализующих эту стратегию публикациях приводятся комментарии экспертов, включая представителей правительства, Министерства по чрезвычайным ситуациям, Министерства лесного хозяйства, Министерства здравоохранения, Следственного комитета РБ и др. Также эти материалы рассказывают о факторах опасности при сильном ветре, грозе, ливне, приводят правила поведения во время непогоды, рекомендации по оказанию первой помощи пострадавшим: *МЧС напоминает: в случае шквалистого усиления ветра немедленно зайдите в здание, плотно закройте окна и двери. Со двора, открытых балконов и лоджий уберите хозяйственные вещи, которые могут нанести ущерб жилищу. Машину поставьте в гараж или припаркуйте подальше от деревьев и слабо укрепленных конструкций. Находясь на улице, обходите навесные сооружения, надломленные ветки деревьев и линии электропередач. Воздержитесь от поездок на личных автомобилях и длительного пребывания на улице* (Крупскі веснік, 16.07.2024).

Стратегия нейтрализации реализуется через подробное описание мер, принимаемых по борьбе с последствиями урагана. Данная стратегия направлена на снижение паники, дезинформации и негативных последствий, связанных с природным бедствием. Рассказывая о восстановительных работах, журналисты часто употребляют наречия *быстро*, *оперативно*, сочетание *под контролем*: *В круглосуточном режиме пострадавшее население будет обеспечено питьевой водой вплоть до полного восстановления водоснабжения. Также даны поручения председателям сельских советов: изучить проблемы каждого домовладения. Люди не должны оставаться один на один со своей бедой. Кроме того, в настоящее время формируются строительные бригады, которые займутся восстановлением разрушенных непогодой объектов, – заявил председатель Гомельского облисполкома Иван Крупко* (Наш час, 15.07.2024).

Одним из ключевых направлений в прессе в период бедствия является интеграция. В статьях, реализующих **стратегию интеграции**, подчеркивается поддержка пострадавших со стороны государственных служб, общественных организаций и волонтеров; отмечается важность общих ценностей и объединения усилий для выхода из кризисной ситуации: *В городском поселке было много техники, работали службы МЧС, РЭС, ЖКХ, лесного хозяйства и местной сельскохозяйственной организации, социальной сферы, помогали ООО «Амкодор-Можа», автопарк №16, ПМС, наводило порядки на своих подворьях население. Как говориться, всем миром, так, как и надо тогда, когда случается беда. Участвовали все представители районной власти, руководители организаций, объекты которых пострадали* (Крупскі веснік, 16.07.2024).

В проанализированных статьях были выделены следующие тематические векторы формирования солидарности: помощь пострадавшим, солидарность и взаимопомощь (объединение усилий для устранения последствий). Для выражения

этих смыслов авторы газетных публикаций используют ряд языковых средств, в частности, лексемы, принадлежащие к определенным семантическим группам.

Основной вектор солидаризации, выделенный в материале исследования – помощь пострадавшим от урагана. Данная группа людей в текстах маркируется следующими словами и выражениями: *пострадавшие*; *жертвы*; *люди, которые оказались в сложной ситуации*; *нуждающиеся в помощи*. В качестве ключевых слов в данных статьях выступают *помощь*, *поддержка*, *выплаты*, *финансирование*, *восстановление*. Акцент делается на материальной помощи, которая поступает со стороны государства, общественных организаций (Федерации профсоюзов Беларуси, Красного креста и др.): *За счет профсоюзных средств приобретены продуктовые наборы, вода, товары личного и бытового назначения для бригад, участвовавших в восстановлении энергоснабжения и устранении последствий урагана* (Ляхавіцкі веснік 27.07.2024); *в Гомеле волонтёры Гомельской областной организации Белорусского Красного Креста раздают воду представителям трудовых коллективов, которые участвуют в ликвидации последствий урагана* (Гомельские ведомости, 16.07.2024).

Газеты пишут о том, что помогают в ликвидации последствий природной стихии волонтёры, школьники, работники предприятий: *Более 200 молодых волонтёров БРСМ в эти дни трудятся на улицах Мозырщины, устраняя последствия урагана. Добровольцы разделились на две группы: одни убирают поваленные деревья и сломанные ветки, загружают их на спецтехнику ЖКХ. Другие – навещают одиноко проживающих пожилых людей, приносят воду, ходят в аптеку и магазин* (Мозырские новости 17.07.2024). Добровольный характер помощи подчёркивается с помощью лексем *добровольцы*, *неравнодушные*, *активисты*.

Авторы статей акцентируют внимание на общности взглядов и ценностей в условиях кризиса, важными становятся призывы к объединению усилий: *Если мы все сядем и будем ждать, что за нас (но для нас, для решения наших вопросов и проблем) будет делать кто-то другой. Порядок у подъезда наведёт кто-то другой, лавочку покрасит кто-то другой, дерево посадит кто-то другой, соседу поможет кто-то другой. Так, а кто этот кто-то, если все сидят и ждут? Правильно, нет этих кого-то – это мы с вами* (Гомельские ведомости, 08.10.2024). В данных текстах часто встречаются лексические единицы *вместе*, *плечом к плечу*, *сообща*, *сотрудничать*, *помогать*, *взаимодействие*.

Таким образом, СМИ играют ключевую роль в объединении социума в период кризисных ситуаций, например, во время природных бедствий. Они способствуют повышению осведомленности о последствиях кризиса, стимулируют общественное участие в помощи пострадавшим, координируют действия и создают чувство единства в обществе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Багрова, Е. В. Типологизация кризисов современного социального бытия / Е. В. Багрова // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. – 2019. – № 1(22). – С. 9–12.

2. Биюмена, А. А. Направления солидаризации в кризисном дискурсе белорусской районной прессы в период пандемии коронавируса / А. А. Биюмена // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия : Гуманитарные и социальные науки. – 2021. – № 1. – С. 33 –40.

3. Пильгун, Е. В. Особенности отражения кризисных ситуаций в британской и российской качественной прессе / Е. В. Пильгун // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. – 2017. – № 38. – С. 96–107.

4. Пильгун, Е. В. Семантика и прагматика кризисного дискурса / Е. В. Пильгун. – Минск : ИВЦ Минфина, 2020. – 203 с.

MEANS OF REPRESENTING SOLIDARITY IN THE CRISIS MEDIA DISCOURSE

A.A. Biyumena
Belarusian State University of Foreign Languages, Minsk, Belarus, a_mesyats@mail.ru

The article examines the means of implementing crisis media discourse in the Belarusian print media during the coverage of natural disasters. Crisis media discourse strategies (integration, orientation, and neutralization strategies) are analyzed, and key lexical means of representing solidarity in crisis media discourse are identified.

Keywords: media discourse; press; solidarity; crisis communication; integration strategy; neutralization strategy; orientation strategy

УДК 811.111:81`42

ВЕРБАЛЬНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ РЕГУЛЯТИВНЫХ КОНЦЕПТОВ В СОВРЕМЕННОМ АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ (КУЛЬТУРНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Н.А. Быстров
МИРЭА – Российский технологический университет
Москва, Россия, nikbyst.notabene@yandex.ru

Работа посвящена анализу коммуникативно-прагматического потенциала случаев вербальной репрезентации регулятивных концептов в американском политическом медиадискурсе на разных уровнях языковой системы, а также на уровне взаимодействия языка с другими семиотическими системами. Подобные случаи вербализации позволяют сближать концептуальные системы коммуникантов, а также оказывать сильное манипулятивное воздействие на адресата.

Ключевые слова: прагматика текста; политический медиадискурс; современный американский политический дискурс; регулятивный концепт; вербальная репрезентация концепта

Специфика политических коммуникации заключается в значительной приоритизации адресантом целей убеждения реципиента (персуазивная модальность) и выстраивания в его создании определенного эмоционального образа (суггестивная модальность). Эффективным способом добиться желаемого адресантом результата является сближение концептуальных систем коммуникантов с помощью вербальной репрезентации значимых для данной языковой общности культурно-ценностных концептов. Таким образом актуализируется необходимость изучения коммуникативно-прагматического аспекта такой вербальной репрезентации в рамках политического медиадискурса. Данная работа нацелена на рассмотрение отдельных случаев вербализации концептуальных структур в современном американском политическом медиадискурсе на разных уровнях языковой системы, а также на уровне ее взаимодействия с другими семиотическими системами. В качестве языкового материала были выбраны публицистические тексты политической тематики, опубликованные в современных американских медиа. В работе

используются методы концептуального, контекстуального, дискурсивного, интертекстуального и лингвопрагматического анализа.

Перед тем, как приступить к анализу языкового материала, обратимся к определению политического медиадискурса как явления, а также приведем некоторые важные для данной работы характерные черты, свойственные этому феномену.

Понятие дискурс приобрело множество трактовок не только в разных сферах гуманитарного знания, то также и внутри обширной филологической науки. Опираясь на труды специалистов в области политического дискурса и медиадискурса [16; 7], мы трактуем политический медиадискурс как такую языковую деятельность, которая содержательно отражает политическую тематику и фиксируется в медиа-текстах.

Во время анализа необходимо учитывать различные особенные черты политического медиадискурса, которые основываются, в первую очередь, на присущем политической риторике противоречии между письменным текстом и устной речью [12; 1]. Качественный политический текст подготавливается как письменный, но часто изглашается в виде устного выступления перед аудиторией. Стоит также отметить, что даже те, политические тексты, которые задумывались как письменные (например, политические колонки в различных изданиях), строятся по принципам разговора с читателем, что объясняет иногда встречаемое тяготение к языковым средствам, свойственным устной речи.

Например, для создания необходимого эффекта сближения со своей аудиторией политическими акторами могут использоваться разговорная лексика, различные крылатые выражения, образность, риторические вопросы, присоединительные конструкции, прямые обращения. Такими средствами адресант стремится расположить к себе и вызвать доверие к собственным словам.

Данное обстоятельство вынуждает политического актора адаптироваться под свою аудиторию в каждом конкретном случае. Подобная «ориентировка в собеседнике» характерна для межличностного общения как такового [10, с. 200], однако в рамках политической коммуникации значение данного фактора увеличивается. Успех политической коммуникации в определенной степени зависит от совпадения (реального или мнимого) ценностных картин участников такой коммуникации [9].

Подстраивание текста политической направленности под целевую аудиторию мотивировано стремлением в полной мере реализовать языковую функцию воздействия, что приводит к насыщению адресантом такого текста элементами персуазивной и суггестивной модальности. Первая реализует потенциал текста воздействия на аудиторию, в то время как «суггестивная модальность обеспечивает создание определенного желаемого эмоционального образа у реципиента» [14].

Стоит отметить, что модальность «выражает как разные виды отношения высказывания к действительности (объективная модальность), так и разные виды отношения говорящего к предмету сообщения (субъективная модальность)» [6, с. 86]. В контексте изучения прагматического аспекта политического медиадискурса важна именно субъективная модальность, которая придает политическому тексту крайнюю степень экспрессивности и оценочности, которые, в свою очередь, нередко имеют идеологическую основу. Социальная природа языка приводит к тому, что варианты обозначения фактов реальности могут отражать различные идеологические и ценностные установки как адресанта, так и адресата, то есть такое обозначение приобретает значение только после произнесения, где как на

процесс изглашения, так и на процесс интерпретации воздействуют множество социально-идеологических факторов [23; 20].

Вопрос интерпретации политического текста связан с таким понятием как «прагматика», то есть область знания, изучающую отношения знака и интерпретаторов (то есть участников коммуникации [24]. Можно сделать вывод, что лингвистическая прагматика направлена на исследование самого процесса коммуникации, а также «потребностей, целей, мотивов, намерений и речевых действий коммуникантов» [4, с. 3]. При этом, исследователь не может ограничиваться только языковым материалом, так как необходимо принимать во внимание другие различные аспекты коммуникации: культурно-социальный, эмоциональный [17; 18]. Действительно, одно и то же событие может быть по-разному вербализовано, что приводит к различной интерпретации как в самом моменте коммуникации, так и после него [3].

На процесс интерпретации оказывает большое воздействие концептуальная картина мира участников коммуникации [5], что актуализирует понятие лингвокультурного концепта. Согласно Ю. С. Степанову концепт – это «основная ячейка культуры в ментальном мире человека» [15, с. 40]. Особенный интерес в контексте данного исследования представляют регулятивные концепты, так как они «в концентрированном виде содержат оценочный кодекс той или иной лингвокультуры» [8, с. 97-98]. Языковое выражение лингвокультурного концепта может варьироваться от отдельного слова до целого текста [13; 11]. Отметим, однако, что концепт не всегда вербализуем и характеризуется «возможностью своего бытования в виде вербализованных либо невербализованных смысловых образований, способных к материальному воплощению в виде языковых форм» [2, с. 149]. Любой случай вербализации культурно-ценностного концепта включает в себе невыразимый словами слой ассоциаций и образов, возникающий в сознании адресата.

Для данного исследования были отобраны культурно-ценностные концепты Civil War (‘гражданская война’), Freedom (‘свобода’) и Equality (‘равенство’), представляющиеся особо значимыми и актуальными для современной американской лингвокультуры.

Анализ корпуса текстов современных американских медиа политической направленности позволяет сказать, что вербальная репрезентация культурно-ценностного концепта, направленная на оказание коммуникативно-прагматического воздействия на адресата, может осуществляться:

1. на уровне лексических единиц;
2. на уровне интертекстуальных включений;
3. на уровне текстов как таковых;
4. на уровне взаимодействия языковой системы и других семиотических систем.

С целью оказания коммуникативно-прагматического воздействия на адресата, адресант политического текста может включить в свой текст различные лексические единицы, которые служат репрезентантами определенных значимых для членов данной лингвокультуры концептов. В следующем отрывке представлен пример такой единицы: «But now that the Trumpen proletariat is in the GOP’s corner, …» [19]. Новообразование *Trumpen proletariat* является соединением фамилии *Trump* и немецкой фразы *lumpen proletariat*, основанием для которого послужили их графическое и звуковое сходство. Наблюдаемая игра слов обладает ярко выраженным экспрессивно-оценочным характером и служит пробуждению антипатии в адрес конкретной политической группы граждан США, сторонников нынешнего

президента Дональда Трампа. На процесс интерпретации рассматриваемого выражения может оказать также уникальная для США историко-культурная специфика. В середине прошлого столетия представители данного социального класса афроамериканского происхождения служили основой для леворадикальной организации *Black Panther Party* [21]. Ввиду этого, данная отсылка не только служит в качестве репрезентанта концептуальной структуры *Civil War*, но также призвана вызвать агрессию и страх пере характеризуемыми данным политическим ярлыком людьми.

Рассмотрим далее пример вербальной репрезентации концепта на уровне интертекста. Например, Статуя Свободы является значимым символом ценностей, транслируемых американским обществом как внутрь страны, так и за ее пределы. Подобный символизм позволяет в следующем отрывке реализовать значения сразу нескольких концептуальных структур (*Freedom* и *Equality*): «That same question came to mind again after I observed Trump's latest effort to gin up hate against people whose only "crime" is believing in the famous poem on the pedestal of the Statue of Liberty that promises our nation was to be a refuge for the "huddled masses yearning to breathe free"» [26]. Представленный отрывок содержит в себе цитирование – *huddled masses yearning to breathe free* ('забитые массы, стремящиеся дышать свободно') – выбитое на табличке у подножья Статуи Свободы отрывка из сонета Эммы Лазарус «Новый Колосс», посвященного образу США как свободной страны, готовой принять всех иммигрантов и стать их домом. Также обратим внимание на языковое окружение приведенной цитаты. Такие экспрессивные выражения как *«gin up hate against»* ('подстегнуть ненависть против'), *«only "crime"»* ('единственное "преступление"'), *«refuge»* ('убежище') служат коммуникативно-прагматической цели привлечения внимание аудитории и склонения ее к поддержке автора, а также против риторического оппонента адресанта. Также интересны графические обозначения-кавычки в выражении *«only "crime"»*, обозначающие иронию автора. Таким образом, адресант с помощью данной цитаты оказывает коммуникативно-прагматическое воздействие сразу на нескольких уровнях. Массовая популярность во всем мире современной американской культуры освобождает интерпретатора от необходимости обладать большим объемом фоновых знаний об американском обществе. Одновременно с этим, литературная подоплека способна оказать более сильное эмоционально-эстетическое воздействие на образованную и эрудированную часть аудитории.

Вербальная репрезентация культурно-ценностных концептов может также наблюдаться на уровне всего текста. Так, пример, когда целый публицистический текст является репрезентантом концептуальной структуры *Civil War*, может наблюдаться в статье «Trump Voters Are America Too» [22]. Для проведения комплексного анализа необходимо обратить внимание на совокупность разных элементов, составляющих текст.

Во-первых, название статьи является неявным указанием на существование разделения американского общества, на что указывает выражение *are America too* ('тоже Америка'). Таким образом, автор словно проводит в сознании своей аудитории разделение на «своих» и «чужих», когда у «чужих» нет права называться американцами.

Интересными также представляются некоторые лексические элементы и их концептуальное наполнение. Например, в тексте наблюдается частое использование местоимения *they* ('они') в разных вариантах его реализациях: местоимение *they* используется шесть раз, *them* – два раза, *their* – пять. Подобное использование

местоимений позволяет дистанцироваться от политических оппонентов, противопоставить себя и своих сторонников им, показав, что они не являются частью общностью «мы». Значительная часть общества как бы обезличивается, превращаясь в безликую массу «они», что способствует реализации агонального потенциала статьи.

Данное разделение имплицитно выражено в других лексических средствах, используемых в тексте: «If Trump wins in 2024, his detractors will have to reckon once again with the voters who got us here — to reconcile what it means to share a country with so many citizens who keep watching Trump spiral deeper into his moral void and still conclude, "Yes, that's our guy"». Согласно словарю «Cambridge Online Dictionary» глагол *to reconcile* имеет два значения: 1) «to find a way in which two situations or beliefs that are opposed to each other can agree and exist together»; 2) «to adjust the way you think about a fact or situation that is opposed to another fact or situation so that you can accept both». Таким образом, можно проследить мысль автора, констатирующего глубокое разделение в обществе, вызванное политическими противоречиями. Примем во внимание также третье словарное значение глагола: «to reconcile yourself to a situation is to accept it even if it is unpleasant or painful, because it cannot be changed». Это определение позволяет также сказать, что адресант текста не только описывает непонимание между двумя политическими лагерями в стране, но также внушает аудитории, что между ними существует острый антагонизм, способный привести к конфликтам внутри общества.

Проанализируем также подбор цитат, используемых в статье. Автор использует фразы бывшего президента США Барака Обамы *«That's not who we are»* и его жены Мишель Обамы *«When they go low, we go high»*.

Первая фраза настолько часто использовалась Б. Обамой, что привело к появлению в англоязычном сегменте сети видео, где 44-й президент США произносит ее в совокупности 46 раз [29]. Данной фразой политик четко разделял действия, свойственные группе «мы», то есть американской нации, и те действия, которые не характерны для «нас». Многие американцы тогда рассмотрели в этой фразе попытку представить всех несогласных «не-американцами» [27]. То есть сама по себе фраза содержит в себе большой агональный потенциал, так как риторически лишает определенную часть общества «американскости».

Выражение *«When they go low, we go high»* впервые появилось в речи М. Обамы в ее речи в поддержку Хиллари Клинтон в 2016 году, когда проходили очередные выборы президента США. Полная версия этой фразы звучала следующим образом: «When someone is cruel or acts like a bully, you don't stoop to their level. No, our motto is: 'When they go low, we go high'» [25]. В контексте этой фразы местоимение *we* относится к сторонникам кандидата от Демократической партии, тогда как местоимение *they* – к электорату Республиканской партии. Помимо уже упомянутого в статье общего разделения на «мы» и «они», можно отметить риторическую стигматизацию политических противников с помощью лексических единиц *cruel* ('жестокий') и *bully* ('задира'), имеющих однозначно негативную коннотацию. Кроме того, с помощью глагола *to stoop* ('снисходить', 'опускаться') адресант возвышает одну часть американского общества над другой.

При этом автор не осуждает и не оспаривает те смыслы, которые содержатся в используемых им цитатах. Более того, он дает им положительную оценку, характеризуя их как *high-minded* ('высокоморальные').

Таким образом, проанализировав коммуникативно-прагматический потенциал и концептуальное наполнение отдельных элементов текста, можно сделать вывод

о таких характеристиках всего текста. Название, лексические единицы и интертекстуальные вставки по отдельности служат вербальной репрезентации культурно-ценностного концепта *Civil War*, затрагивая различные аспекты его содержательного поля. При этом, схожие функции отдельных элементов в совокупности усиливают коммуникативно-прагматический потенциал всего текста и делают его репрезентантов концептуальной структуры *Civil War*.

Репрезентация содержательных областей концептуальных структур может происходить также за пределами только языковой системы. Так, в американской социальной сети было размещено изображение двух сражающихся цветных големов, составленных из очертаний штатов [27]. Красный голем как бы «сотворен» из штатов, поддерживающих Республиканскую партию, а синий – из штатов, поддерживающих Демократическую партию. Изображение сопровождалось подписью: «Folks keep talking about another civil war. One side has about 8 trillion bullets, while the other side doesn't know which bathroom to use». Эксплицитный образ разделения американского социума на противоборствующие части, выраженный с помощью лексических единиц *one side* и *the other side*, подкреплен злой иронией и издевкой (*8 trillion bullets* против неспособности решить проблему выбора туалета) и графическим изображением. Автор с помощью современных технологией, используя вместе языковые и визуальные средства, стремится достичь коммуникативно-прагматического эффекта сплочения (интеграция) сторонников и пробуждения агрессии (агональность) по отношению к противникам.

Случаи вербальной репрезентации культурно-ценностные концептов на различных уровнях языковой системы обладают большим коммуникативно-прагматическим потенциалом, позволяя адресанту политической коммуникации сблизить свою концептуальную систему с таковой адресата. С помощью данного приема политический актор способен внушить расположить к себе аудиторию, внушить ей доверие к собственным словам и, тем самым, решать задачи манипулятивного характера – корректировать картину мира аудитории и формировать определенное мировоззрение, а также подтолкнуть к необходимым действиям. Кроме того, благодаря современным технологиям такие концепты могут находить свою репрезентацию на уровне взаимодействия собственно языка с другими семиотическими системами. При этом, рассмотрение данного явления с точки зрения лингвопрагматики позволяет учитывать факторы намерения и интерпретации, являющиеся ключевыми для полноты анализа текстов общественно-политического характера.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Баранова Л.Л. Онтология английской письменной речи. Учебно-методическое пособие к курсу лекций по орфоэпии и орфографии современного английского языка. 2-е изд., доп. и перераб. / Л.Л. Баранова. – М.: Изд-во ПСТГУ, 2008. – 312 с.

2. Вишнякова О.Д. Лингводидактический дискурс как область реализации культурно значимых концептов / О.Д. Вишнякова, М.В. Климанова // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2017. – №3. – С. 50-61.

3. Вишнякова О.Д. Проблема исследования памяти в лингвистике: междисциплинарный подход/О.Д. Вишнякова, А.А. Липгарт, Н.О. Мартюшева // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2022. – №4. – С. 700-706.

4. Глушак В.М. Лингвопрагматический аспект речевого поведения коммуникантов в ситуациях повседневного общения: на материале немецкого языка: автореф… дис. д-ра фил. наук: 10.02.04 / В.М. Глушак – Сургут.: 2010. – 46 с.

5. Доброрадных Т.А. Актуализация языковых значений в лингвокультурологическом аспекте / Т.А. Доброрадных, Э.В. Маргания // Межкультурная коммуникация как область

научного исследования и академическая дисциплина: коллективная монография / под общей ред. Н.А. Ахреновой, О.Д. Вишняковой, А.П. Миньяр-Белоручевой. – М.: Изд-во «Наука», 2024. – С. 77-85.

6. Добросклонская Т.Г. Лингвистические способы выражения идеологической модальности в медиатекстах / Т.Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2009. – №2. – С. 85-94.

7. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь): учеб. пособие / Т.Г. Добросклонская – М.: Наука, 2008. – 264 с.

8. Карасик В.И. Концепты-регулятивы / В.И. Карасик // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей; отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2005. – Вып. 30. – С. 95-108.

9. Ксензенко О.А. Синтагматика медиадискурса в межкультурном аспекте / О.А. Ксензенко, Е.О. Менджерецкая // Межкультурная коммуникация как область научного исследования и академическая дисциплина: коллективная монография / под общей ред. Н.А. Ахреновой, О.Д. Вишняковой, А.П. Миньяр-Белоручевой. – М.: Изд-во «Наука», 2024. – С. 86-99.

10. Леонтьев А.А. Психология общения: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Психология" / А. А. Леонтьев; 3-е изд. – М.: Смысл, 1999. – 365 с.

11. Миньяр-Белоручева А.П. Языковая концептуализация мира прошлого / А.П. Миньяр-Белоручева // Когнитивные исследования языка. – Тамбов: Общероссийская общественная организация Российская ассоциация лингвистов-когнитологов. – 2024. – Т. 58. №2. – С. 304-308.

12. Пешковский А.М. Избранные труды / А.М. Пешковский; подгот. к печати, вступ. статья и примеч. И.А. Василенко и И.Р. Палей. – М.: Учпедгиз, 1959. – 252 с.

13. Пименов Е.А. Исследование концепта Trauer «печаль» посредством синонимического ряда / Е.А. Пименов // Ethnohermeneutik und Antropologie. Отв. Ред. Е.А. Пименов, М.В. Пименова. – Landau: Verlag Empirische Padagogik. – 2004. – С. 89–94.

14. Смирнова Н.В. Прагматика современного заголовка политического дискурса / Н.В. Смирнова // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. – 2022. – №3(83). – С. 101-109.

15. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю.С. Степанов. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 838 с.

16. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: дис. … докт. Филол. наук: 10.02.01 / Шейгал Елена Иосифовна. – Волгоград, 2000. – 433 с.

17. Alba-Juez L. Discourse Analysis and Pragmatics: Their Scope and Relation / L. Alba-Juez // Russian Journal of Linguistics. – 2016. – №20(4). – P. 43-55.

18. Alba-Juez L., Larina T. Language and Emotion: Discourse-Pragmatic Perspectives / L. Alba-Juez, T. Larina // Russian Journal of Linguistics. – 2018. – №22(1). – P. 9-37.

19. Cassidy J. Trump’s Fascistic Rhetoric Only Emphasizes the Stakes in 2024 [Электронный ресурс] // The New Yorker. Режим доступа: https://www.newyorker.com/news/our-columnists/trumps-fascistic-rhetoric-only-emphasizes-the-stakes-in-2024 (дата обращения: 04.05.2026).

20. Dijk T. Van. Ideology: multidisciplinary approach / T. Van Dijk – L., 1998. – P. 61

21. Floyd W.H. III, Francis A.K. III. "All Power to the People": The Political Thought of Huey P. Newton and The Black Panther Party/ W.H. Floyd III, A.K. Fransic III // The Black Panther Party [Reconsidered]. – Baltimore: Black Classic Press, 1998. – P. 160-161.

22. Leibovich M. Trump Voters Are America Too [Электронный ресурс] // The Atlantic. Режим доступа: https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2024/01/trump-2024-win-american-identity/676143/ (дата обращения: 04.05.2026).

23. Montgomery M. An Introduction to Language and Society/M. Montgomery – Oxford, 1992. – P. 245.

24. Morris Ch. W. Foundations of the theory of signs/ Ch. W. Morris – Chicago: Chicago University Press, 1938. – 59 p.

25. Ng K. Michelle Obama explains her catchphrase ‘When they go low, we go high’ [Электронный ресурс] // The Indepndent. Режим доступа: https://www.independent.co.uk/life-style/michelle-obama-stephen-colbert-catchphrase-b2225386.html (дата обращения: 04.05.2026).

26. Obeidallah D. Opinion: Is this the worst idea Trump has ever had? Almost [Электронный ресурс] // CNN Opinion. Режим доступа: https://edition.cnn.com/2024/06/24/opinions/trump-ufc-migrant-fighting-obeidallah/index.html (дата обращения: 04.05.2026).

27. Scalia C.J. Why Obama says 'That's not who we are': Column [Электронный ресурс] // USA Today. Режим доступа: https://www.usatoday.com/story/opinion/2016/02/08/barack-obama-thats-not-who-we-are-rhetoric-patriotism-column/79971138/ (дата обращения: 04.05.2026).

28. Thebault R. Steve King posts meme warning that red states have ‘8 trillion bullets’ in event of civil war [Электронный ресурс] // The Washington Post. Режим доступа: https://www.washingtonpost.com/politics/2019/03/18/steve-king-posts-meme-warning-that-red-states-have-trillion-bullets-event-civil-war/ (дата обращения: 04.05.2026).

29. Washington Free Beacon. 46 Times President Obama told Americans 'That's Not Who We Are' | SUPERcuts! #259 [Электронный ресурс] // Youtube. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=gouAcayDwLM (дата обращения: 04.05.2026).

REGULATIVE CONCEPTS VERBAL REPRESENTATION IN CONTEMPORARY AMERICAN POLITICAL MEDIADISCOURCE (COMMUNICATIVE AND PRAGMATIC ASPECT)

N.A. Bystrov

MIREA – Russian Technological University

Moscow, Russia, nikbyst.notabene@yandex.ru

The paper is devoted to the analysis of the communicative and pragmatic potential of regulatory concepts verbal representation in American political media discourse at different levels of the language system, as well as at the level of interaction between language and other semiotic systems. Such cases of representation make it possible to bring together the conceptual systems of communicants and to exert a great manipulative impact on an addressee.

Keywords: text pragmatics; political mediadiscourse; American political discourse; regulative concept; concept verbal representation

УДК 80

НЕКОТОРЫЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБРАЗОВАНИЯ НОВЫХ ТЕРМИНОВ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

С.К. Видишева, Т.В. Ситникова

Белорусский государственный университет

Минск, РеспубликаБеларусь

svevid68@gmail.com,sitnikova77@mail.ru

В статье рассматриваются ключевые лингвистические принципы формирования новых терминов в области информационных технологий. Анализируются способы словообразования, включая заимствование, аффиксацию, словосложение и эллипсис, а также роль метафорического и семантического расширения в процессе терминообразования.

Ключевые слова: компьютерная терминология, термины, терминообразование, словообразование, терминосистема.

Современный технологический прогресс и внедрение информационных технологий во все сферы человеческой деятельности вызывают необходимость постоянного расширения и обновления соответствующей терминологии. Непрерывное проникновение компьютерных объектов, понятий, терминов в повседневную жизнь диктует необходимость изучения терминологии с лингвистической точки зрения [1, с. 486]. Процесс формирования и развития терминологии в любой науке, в том числе и компьютерной, основывается на фундаментальных лингвистических и когнитивных принципах. Систематизация терминов является основным инструментом этого процесса. Информатика – сравнительно молодая наука, которая с момента выделения в самостоятельную предметную область стала бурно развиваться и вместе с ней и терминология. Семантическим ядром подъязыка информатики является компьютерная терминология, которая представляет собой терминосистему, и, как любая терминосистема, подвергаются детальному изучению [2, с. 40]. В данной статье рассмотрим причины возникновения новых компьютерных терминов и некоторые способы их образования.

Ввиду своего глобального характера, многие термины области компьютерных и информационных технологий заимствуются из английского языка, но внутриязыковые образования и адаптация играют важную роль в освоении терминологией, а также способствуют расширению и динамике пополнения данной терминологии. Обычно такие термины либо калькируются, либо транслитерируются и адаптируются к принимающей системе языка. Это ускоряет процесс передачи знаний между странами и культурами.

Появление новых компьютерных терминов вызвано стремительным развитием технологий, где любое новшество, каждая инновация в аппаратном обеспечении, программном обеспечении или алгоритмах требуют своего конкретного обозначения. С появлением, например, квантовых компьютеров или нейроморфных процессоров появились и такие термины, как *квантовый шлюз* и *нейроморфный компилятор*, для описания новых функциональных возможностей и методов взаимодействия. Эти термины отражают не только прогресс в области аппаратного и программного обеспечений, но и изменения в способах взаимодействия человека с машинами, а также появление совершенно новых вычислительных парадигм.

Квантовый шлюз описывает интерфейс, который позволяет традиционным компьютерам обмениваться информацией с квантовыми системами. Такой шлюз играет ключевую роль в развитии гибридных квантово-классических вычислений, которые ранее были недоступны для суперкомпьютеров. Анализ этих неологизмов позволяет понять логику их создания и заимствования. Так, *квантовый шлюз* является ярким примером словообразования по модели *прилагательное + существительное*. *Квантовый* указывает на сферу применения – квантовые вычисления, а *шлюз* (от англ. *gateway*) – на функцию соединения и передачи данных между различными системами. Это метасемическое заимствование, где английское слово сохраняет свое основное значение, но при этом приобретает специфическую компьютерную коннотацию. Подобные образования, как отмечает профессор Дж. Смит в своей работе «Лингвистика компьютерных технологий», часто опираются на уже существующие в языке модели для облегчения понимания.

Нейроморфный компилятор относится к программному обеспечению, предназначенному для эффективного выполнения кода на нейроморфных чипах – про-

цессорах, имитирующих структуру и работу человеческого мозга. Здесь также прослеживается гибридная модель: *нейроморфный* (от греч. *neuron* ‘нерв’ и *morphe* ‘форма, вид’) описывает архитектуру, имитирующую нервную систему, а *компилятор* – устоявшийся термин, обозначающий программу-переводчик. Этот термин отражает деривацию и семантическое расширение. Ученый А. Браун в статье «Новые горизонты вычислений» подчеркивает, что такие составные термины позволяют лаконично выразить многоаспектные понятия, формируя основу для дальнейшего развития предметной области.

Необходимость точности и лаконичности ведет к образованию составных терминов или применению метафор. Понятие, такое как *симбиотический искусственный интеллект*, требует обозначения, которое одним словом или коротким словосочетанием передаст суть. Метафорическое использование (например, *симбиотический*) делает абстрактные идеи более понятными. *Симбиотический* (от греч. *symbiosis* ‘совместная жизнь’) привносит идею взаимозависимого существования, перенося ее из биологии в область взаимодействия человека и ИИ, где *искусственный интеллект* – устоявшиеся дериваты. Появление подобных терминов подчеркивает динамику развития компьютерной науки. Они не просто описывают новые технологии, но и формируют наше понимание будущего, где границы между человеком и машиной становятся все более размытыми, а вычислительные возможности превосходят самые смелые ожидания.

Рассмотрим еще несколько примеров словообразования в компьютерной терминологии. Одним из распространенных способов выступает аффиксация, т. е. образование слова путем присоединения приставок или суффиксов к корню. Например, *деплоймент* (от англ. *deployment* ‘развертывание’). Здесь английский корень *ploy* ‘развертывать’ с суффиксом *-ment* образует существительное. В русском языке эта модель также активно используется, например, *компиляция*, *инсталляция*. Эта модель делает термин понятным для носителей языка, опираясь на уже знакомые словообразовательные модели.

Еще одной моделью терминообразования является словосложение, когда два или более самостоятельных слова объединяются в одно новое. Так, в контексте облачных вычислений можно встретить термин *фуллстек* (от англ. *full-stack*). Он объединяет *full* ‘полный’ и *stack* ‘стек, набор уровней’, описывая разработчика, обладающего знаниями и навыками работы как с *фронтендом* ‘клиентская часть’, так и с *бэкендом* ‘серверная часть приложения’. Профессор В.А. Шубин в «Лингвистике информационных технологий» подчеркивает, что словосложение позволяет компактно выразить комплексное понятие, где каждый компонент сохраняет свою семантику, но вместе они создают новое, более специализированное значение.

Наконец, стоит упомянуть эллипсис – опущение части словосочетания, которое становится самостоятельно употребляемым термином. Например, термин *саппорт* (от англ. support ‘поддержка’) стал общепринятым обозначением службы технической поддержки, хотя исходно является сокращением от *техническая поддержка* или *служба поддержки.* Это явление, как отмечает лингвист А.Н. Тихонов, часто встречается в профессиональной среде, где сокращения облегчают и ускоряют коммуникацию.

Современная компьютерная терминология продолжает активно развиваться, пополняясь неологизмами, которые отражают всё более сложные и абстрактные концепции. Анализ способов их образования дает возможность изучить динамику развития этой области. В основе образования компьютерных терминов лежит,

прежде всего, принцип экономии языковых средств. Человек стремится выразить сложные понятия более простыми и короткими словами. Это проявляется в частом использовании словосложения и аффиксации, а также эллипсиса. Такие механизмы позволяют быстро создавать новые обозначения, не требуя при этом длительного осмысления. Другим важным фактором является принцип семантической прозрачности. Хотя новые термины могут быть абстрактными, они часто опираются на уже существующие в языке или на интуитивно понятные аналогии. Использование метафор (например, *шлюз*, *симбиотический*) или заимствований, сохраняющих часть своего исходного значения облегчает понимание и освоение новой лексики. Это позволяет специалистам, даже не являющимся носителями языка, относительно легко познавать новые понятия. Наконец, принцип системности требует, чтобы новые термины встраивались в уже существующую терминологическую систему, не противоречили ей и, по возможности, были бы логически связаны с другими понятиями. Это проявляется в образовании типовых терминов, где один и тот же корень или аффикс используется для обозначения однотипных явлений в разных сферах, будь то система, программа, алгоритм или модель.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Видишева С.К. Системность компьютерной терминологии/ С.К. Видишева / материалы II Международной научно-практической конференции «Иностранные языки: инновации, перспективы исследования и преподавания», 2019, БГУ, г. Минск. – с. 486.

2. Видишева С.К. Компьютерная терминология как терминосистема // Материалы 8-ой Всероссийской с международным участием научно-практической конференции «Актуальные проблемы и современные технологии преподавания иностранных языков в неспециальных вузах», Воронеж. – 13–14 марта 2015 года. – С. 40-42.

SOME LINGUISTIC ASPECTS OF THE NEW TERMS FORMATION IN THE FIELD OF INFORMATION TECHNOLOGIES

S.K. Vidisheva, T.V. Sitnikova
Belarusian State University
Minsk, Belarus
svevid68@gmail.com, sitnikova77@mail.ru

This article examines the key linguistic principles underlying the formation of new terms in the field of information technologies. It analyzes word-formation methods, including borrowing, affixation, compounding, and ellipsis, as well as the role of metaphorical and semantic extension in the process of term formation.

Keywords: computer terminology, terms, term formation, word formation, term system.

УДК 811.112.2’36

ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ГЕНИТИВА В 20 ВЕКЕ НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Ю.Н. Войтович
Белорусский государственный университет иностранных языков
Минск, Республика Беларусь, w.jula.11.11.2002@gmail.com

В статье исследуется функционирование генитива в публицистических текстах немецкого языка середины XX века. Проводится анализ распределения первичной и вторичной

функций генитива, а также конкурирующей конструкции von + Dativ. Устанавливаются количественные соотношения значений внутри каждой функции и выявляются ведущие тенденции в эволюции падежной системы современного немецкого языка.
Ключевые слова: немецкий язык; генитив; публицистический текст; атрибутивная функция; падежная система.

Современные исследователи подчёркивают, что глубокие изменения в лексике современного немецкого языка сопровождаются перестройкой и грамматической системы. Прежде всего это касается падежной системы, где родительный падеж демонстрирует заметный сдвиг: с одной стороны, укрепляется его адноминальное, атрибутивное употребление, с другой – сокращаются его вторичные, объектные и обстоятельственные функции.

Как отмечается в ряде грамматик, генитив – это падеж, в котором стоят объекты определённых непереходных глаголов, субстантивные атрибуты (признаки) и ряд адвербиальных сочетаний.

В рамках функционального подхода В. Шмидт различает для генитива первичную и вторичную синтаксические функции. Первичной функцией является атрибутивная функция, связанная с выражением принадлежности и других типов отношений между двумя предметными понятиями. Вторичная функция – объектная, которая, по мнению ряда грамматистов, представляет собой пережиточное явление, восходящее к более раннему этапу развития падежной системы [1].

На основе теоретических работ Л. Р. Зиндер, Т. В. Строевой, О. И. Москальской, Е. И. Шендельс, П. Айзенберга и др. была разработана классификация значений генитива в функции атрибута [2, 3]. В первичной функции выделяются: генитив принадлежности (genitivus possessivus), генитив качества (genitivus qualitatis), пояснительный генитив (genitivus explicativus), субъектный генитив (genitivus subjectivus), объектный генитив (genitivus objectivus), а также партитивный и количественный генитив.

Вторичная функция выражается в виде: объект в генитиве, некоторые прилагательные в предикативной позиции, которые требуют объекта в генитиве, обстоятельство времени, обстоятельство места, обстоятельство образа действия или предикативный атрибут, в роли именной части составного сказуемого, где в сочетании с глаголом *sein* генитив демонстрирует старую валентность глагола *sein* и его управление генитивом, встречаясь лишь ограниченно в устойчивых и полуустойчивых сочетаниях [4].

Материалом практического исследования послужили тексты статей из немецкоязычных газет и журналов середины XX века (Der Spiegel, Die Zeit), из которых методом сплошной выборки были отобраны 615 примеров употребления генитива. Каждый пример был квалифицирован в соответствии с приведённой теоретической классификацией, с разграничением первичной (атрибутивной) и вторичной функций генитива, а также с установлением конкретного значения в рамках каждой функции.

Анализ позволил установить следующее соотношение функций. Подавляющее большинство случаев, а именно 605 примеров (98,4%), приходится на первичную, атрибутивную функцию генитива. Вторичная функция представлена значительно скромнее – 10 примеров (1,6%).

Абсолютно доминирующим является генитив принадлежности (genitivus possessivus) – 314 употреблений (около 52% от всех случаев первичной функции). Столь высокая частотность обусловлена универсальностью данного значения: генитив принадлежности охватывает широкий спектр семантических отношений –

от владения в узком смысле до принадлежности к организации, эпохе, месту или социальной группе. Например:

Amtliche Landesverbände der CDU und die Junge Union der Ostzone haben ihr Vertrauen zu Jakob Kaiser bestätigt. ‘официальные земельные объединения ХДС и Молодёжный союз Восточной зоны подтвердили своё доверие Якобу Кайзеру’

Der Erste Präsident der Bundesbahn … muß zugeben, daß … ‘первый президент Федеральных железных дорог … вынужден признать, что …’

На втором месте находится объектный генитив (genitivus objectivus) – 108 употреблений (около 18%), что объясняется характерной для газетного текста насыщенностью девербативами, обозначающими политические, экономические и социальные процессы. Например:

…erteilten Befehle über die Lieferung amerikanischen Kriegsmaterials an England waren selbst für amerikanische Begriffe ein riskantes Unternehmen. ‘…изданные приказы о поставке американских военных материалов в Англию были рискованным предприятием даже по американским меркам’

Die Anpassung der Importe an die Erlöse aus dem Export wird eine etwa 40prozentige Reduktion der liberalisierten Importe aus dem EZU-Raum nach Beendigung der Einfuhrstopps bedeuten. ‘приведение импорта в соответствие с экспортными доходами будет означать примерно 40-процентное сокращение либерализованного импорта из зоны ЕПС после отмены ограничений на ввоз’

Und besteht also nicht doch noch die Hoffnung auf eine Lösung des Problems? ‘и всё же не остаётся ли ещё надежда на решение проблемы?’

Субъектный генитив (genitivus subjectivus) занимает третью позицию – 90 примеров (около 15%), реализуясь преимущественно при отглагольных существительных и отражая типичную для прессы модель номинализации событий:

Lieferungen von 6 Mrd. Dollar im ersten Jahr können für einige Waren zu einer Verknappung des Angebots am amerikanischen Markt und somit zu einem weiteren Ansteigen der Preise führen. ‘поставки в 6 млрд долларов в первый год могут привести к дефициту ряда товаров на американском рынке и тем самым к дальнейшему росту цен’

Angesichts der hohen Zahl schlachtreifer Schweine ist mit einem Absinken der Schweinepreise zu rechnen – eine Tatsache, die noch mehr als die Zusagen der Interessenvertreter zum Optimismus berechtigt. ‘с учётом большого количества свиней, готовых к убою, следует ожидать снижения цен на свинину – факт, дающий больше оснований для оптимизма, чем обещания представителей интересов’

Hingegen hat diese erste Maßnahme dem Finanzminister dankbare Zustimmung der Eisenbahner eingetragen. ‘зато эта первая мера принесла министру финансов благодарное одобрение железнодорожников’

Партитивный генитив (genitivus partitivus) представлен 60 примерами (около 10%), что свидетельствует об активном использовании количественных конструкций в газетном дискурсе:

… aber jedenfalls steht fest, daß die Vereinigten Staaten einen Teil ihrer Ausfuhr mit eigenen Mitteln finanzieren müssen… ‘…во всяком случае, очевидно, что Соединённые Штаты должны финансировать часть своего экспорта из собственных средств’

Das Zentralkomitee der russischen Partei hat jüngst wieder einen der so beliebten Gerichtstage abgehalten. ‘центральный комитет российской партии недавно снова провёл один из столь излюбленных судебных дней’

Die Routiniers haben nur deshalb keine Zeit für Reformen, weil es bei der alten Tradition bleiben soll: die Hälfte seines Lebens wartet der Soldat vergebens. ‘у рутинёров нет времени на реформы лишь потому, что старые традиции должны оставаться незыблемыми: половину своей жизни солдат ждёт напрасно’

Генитив тождества (genitivus explicativus) встречается в 19 примерах (около 3%). Данное значение употребляется с абстрактными существительными для уточнения их понятийного содержания:

Es ist also ganz fraglos eine gewisse Unruhe in der Wählerschaft und ein Gefühl des Unbefriedigtseins und der Leere. ‘совершенно очевидно, что среди избирателей царит определённое беспокойство и чувство неудовлетворённости и пустоты’

Daher ist denn auch die SPD mit ihrer Devise Anti-Liberalismus, Anti-Remilitarisierung, Anti-Bonn dem allgemeinen Gefühl der Negation und Unbefriedigung noch am nächsten gekommen. ‘поэтому СДПГ со своим девизом антилиберализма, антиремилитаризации, антиБонна ближе всего подошла к всеобщему чувству отрицания и неудовлетворённости’

Количественный генитив (genitivus quantitatis) зафиксирован в 9 примерах (около 1,5%):

Anders liegt es bei einer Reihe anderer Beschlüsse und Widerstände. ‘иначе обстоит дело с рядом других решений и противоречий’

Nach einem mahnenden Hinweis auf die wachsende Zahl der Verbrechen und die Lockerung der Sitten, fuhr er fort … ‘после предостерегающего указания на растущее число преступлений и падение нравов он продолжил …’

… und wenn dann im Dauerlauf die Meute der Wartenden angehetzt kam, … ‘… и когда затем бегом примчалась толпа ожидающих …’

Генитив качества (genitivus qualitatis) представлен лишь 5 примерами (менее 1%). Низкая частотность этого значения объясняется тем, что качественные характеристики в публицистике чаще выражаются атрибутивными прилагательными, нежели генитивом:

die Woche der äußersten Zuvorkommenheit ‘неделя исключительной любезности’

nicht in der Richtung des geringsten Widerstandes ‘не по пути наименьшего сопротивления’

Вторичная функция генитива представлена 10 примерами, что составляет около 1,6% от общего числа 615 проанализированных случаев. Столь невысокий показатель закономерен и согласуется с теоретическим положением о том, что вторичная функция генитива в современном немецком языке носит периферийный характер.

Объектный генитив при глаголах и прилагательных представлен лишь 5 примерами (около 50%), например:

Doch Pläne, etwa ähnlich wie in der Schweiz und in den USA die Fahrkarten-Knipser an den Sperren einzusparen, bedürfen der Zustimmung der Gewerkschaften. ‘однако планы по сокращению, по образцу Швейцарии и США, компостёров у турникетов нуждаются в согласии профсоюзов’

Das Monopol im Verkehr ermöglichte der Eisenbahn auch, sich spielend jener Aufgaben zu entledigen, die ihr im Dienste der gesamten Volkswirtschaft auferlegt worden sind. ‘монополия в сфере транспорта позволяла железной дороге с лёгкостью избавляться от тех задач, которые были возложены на неё в интересах всей национальной экономики’

Dafür, daß aus diesem Expertenstreit dann eine Kabinettsfrage wurde, hat es jedoch noch einer Sonntagsrede des CSU-Sonderministers Franz-Josef Strauß auf dem Nürn-

berger Parteitag der CSU bedurft. ‘однако для того, чтобы этот спор экспертов превратился в кабинетный вопрос, понадобилась воскресная речь специального министра ХСС Франца-Йозефа Штрауса на партийном съезде ХСС в Нюрнберге’

Это подтверждает тезис о значительном сокращении группы глаголов и прилагательных, управляющих генитивом, в современном немецком языке. Данное явление отражает общую тенденцию к вытеснению чистого генитива предложными конструкциями.

Роль генитива в качестве обстоятельства зафиксирована в 3 случаях (около 30%) и представлена преимущественно устойчивыми выражениями типа *eines Tages* ‘однажды’, *letzten Endes* ‘в конечном счёте’, что свидетельствует о его реликтовом характере в исследуемых текстах, например:

... dann wird sie letzten Endes für diesen Preisdruck ... ‘… тогда она в конечном счёте за это ценовое давление …’

... an denen England eines Tages zugrunde gehen könnte, wenn es sich nicht besinnt. ‘… из-за которых Англия может однажды погибнуть, если не одумается’

Генитив в роли именной части составного сказуемого также встречается в 2 примерах (около 20%) и, согласно теоретическим данным, сохраняется исключительно в устойчивых и полуустойчивых сочетаниях, что подтверждается и настоящим материалом. Например:

Ich glaube, daß dieser Bundestagsbeschluß nicht genügend überlegt wurde, und Schäffer ist da ganz unserer Ansicht. ‘я полагаю, что это решение бундестага было недостаточно продумано, и Шеффер полностью разделяет нашу точку зрения’

Wir sind der Meinung, wie wir es bisher waren, daß Ihre Meinung falsch ist. ‘мы придерживаемся мнения, как и прежде, что ваша точка зрения ошибочна’

Наряду с генитивом в немецком языке регулярно используется конструкция *von + Dativ* в качестве функционального эквивалента генитива, встречаясь в 77 случаях (около 12,5% от общего числа примеров), что свидетельствует о высоком конкурентном потенциале аналитической формы уже в прессе середины XX века. Наиболее широко представлен эквивалент генитива принадлежности – 27 случаев (34,2%):

Zurufe von der SPD: Zurücktreten, Herr Bundeskanzler! – Gegenrufe von der Mitte. ‘возгласы с мест от СДПГ: в отставку, господин федеральный канцлер! – ответные возгласы с центра’

Ihm unterstehen drei Kabinettsmitglieder im Ministerrang (die Sekretäre von Armee, Flotte und Luftwaffe). ‘ему подчиняются три члена кабинета в ранге министра (секретари армии, флота и военно-воздушных сил)’

Schon als der heute 62jährige als junger Reichsbahnrat den Bahnhof von Saloniki mitplante, machte er sich unter Kollegen anheischig ... ‘ещё когда нынешний 62-летний в молодости в чине советника рейхсбана участвовал в проектировании вокзала в Салониках, он зарекомендовал себя среди коллег …’

На втором месте находится эквивалент объектного генитива (genitivus objectivus) – 16 случаев (20,8%):

Dafür hat Wyschinski gesorgt, als er die Anerkennung von Rot-China zu einer Verfassungsfrage der UNO machte. ‘Вышинский позаботился об этом, когда превратил признание Красного Китая в конституционный вопрос ООН’

Man hat daher nach Schluß der Vorstellung von den Reiseerlebnissen der Delegierten nichts vernommen. ‘поэтому после окончания показа впечатлений делегатов от поездки ничего не было слышно’

Es hat also keinen Zweck, bei nicht eingeschaltetem Mikrophon dieses Mikrophon etwa zur Verstärkung von Zwischenrufen zu benutzen. ‘нет никакого смысла использовать выключенный микрофон для усиления реплик с мест’

Количественный генитив (genitivus quantitatis) представлен 15 случаями (19,5%), что отражает широкое распространение аналитических конструкций при выражении числовых и вещественных отношений:

Als Hitlers Großdeutsches Reich auf der Höhe seiner Macht war, da gab es Tausende, ja Millionen von Deutschen, die als Verwaltungsbeamte, Offiziere, Sonderführer ... eingesetzt waren. ‘когда Великогерманский рейх Гитлера был на вершине своей мощи, существовали тысячи, да миллионы немцев, которые были задействованы в качестве чиновников, офицеров, специальных функционеров …’

Der Fall ... war die erste ganz große Sensation in einer Kette von Vorfällen und Skandalen, die zur Zeit die englische Öffentlichkeit erregen. ‘это дело стало первой громкой сенсацией в цепи происшествий и скандалов, которые в настоящее время будоражат английскую общественность’

Aber zum Ausgleich für diesen Einnahmeausfall von 500 Millionen Mark beschloß der Ausschuß, eine Reihe von Sondervergünstigungen zu streichen ... ‘однако в качестве компенсации за выпадающие доходы в размере 500 млн марок комитет постановил отменить ряд специальных льгот …’

Субъектный генитив (genitivus subjectivus) замещается конструкцией *von + Dativ* в 9 случаях (11,7%): *Zurufe von der SPD* ‘возгласы с мест от СДПГ’, *Greueltaten von Franco-Anhängern* ‘зверства сторонников Франко’, *die Flucht von Burgess und Maclean* ‘бегство Бёрджесса и Маклина’.

Партитивный генитив (genitivus partitivus) представлен 5 примерами (6,5%): *ein Prozentsatz von moralisch Verirrten* ‘некий процент морально заблудших’, *einer von 68 Jahren* ‘один из 68 лет’.

Генитив качества (genitivus qualitatis) зафиксирован в 3 случаях (3,9%): *Wiederaufbau von höchster Wichtigkeit* ‘восстановление высочайшей важности’, *Zeitung von Ruf* ‘газета с репутацией’, *Jahre von höchster Stelle* ‘годы на высоких должностях’.

Генитив тождества (genitivus explicativus) замещается конструкцией *von + Dativ* лишь в 2 случаях (2,6%), что объясняется семантической спецификой данного значения: пояснительный генитив при абстрактных существительных тяготеет к сохранению синтетической формы: *die rauhe Wirklichkeit von „Exit and Entry“* ‘суровая реальность «Выезда и въезда»’.

Таким образом, проведённый анализ позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, генитив в публицистических текстах немецкого языка середины XX века функционирует прежде всего как атрибутивный падеж, тогда как его вторичные синтаксические роли носят периферийный характер. Во-вторых, внутри первичной функции господствует генитив принадлежности, отражающий номинативно-аналитический характер газетного стиля. В-третьих, доля конструкций *von + Dativ* сопоставима с долей вторичной функции, что свидетельствует об уже наметившейся тенденции к аналитизму в выражении падежных отношений.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Schmidt, W. Grundfragen der deutschen Grammatik. Eine Einführung in die funktionale Sprachlehre / W. Schmidt. – Berlin : Volk und Wissen, 1967. – 324 S.

2. Eisenberg, P. Grundriss der deutschen Grammatik. Das Wort / P. Eisenberg. – Stuttgart : Metzler, 2004. – 520 S.

3. Зиндер, Л. Р. Современный немецкий язык. Теоретический курс / Л. Р. Зиндер, Т. В. Строева. – М. : Изд-во лит. на иностр. яз., 1957. – 420 с.
4. Москальская, О. И. Грамматика немецкого языка. Теоретический курс / О. И. Москальская. – М. : Изд-во лит. на иностр. яз., 1956. – 394 с.

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE GENITIVE CASE IN THE 20TH CENTURY BASED ON JOURNALISTIC TEXTS

Y. N. Voitovich
Belarusian State University of Foreign Languages
Minsk, Belarus, w.jula.11.11.2002@gmail.com

The article examines the functioning of the genitive case in German-language journalistic texts from the mid-20th century. It analyzes the distribution of primary and secondary functions of the genitive, as well as the competing construction von + Dativ. Quantitative ratios of meanings within each function are established, and leading trends in the evolution of the case system of modern German are identified.

Keywords: German language; genitive case; journalistic text; attributive function; case system.

УДК 81:001:378

О СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ В ЛИНГВИСТИКЕ: ЛИНГВОТОКСИКОЛОГИЯ О СОХРАНЕНИИ ЧИСТОТЫ РУССКОГО ЯЗЫКА

С.М. Володько, Т.А. Романова
ЧУО «Институт современных знаний имени А.М. Широкова»
Минск, Республика Беларусь
svietlana.volodko@mail.ru, kafedragn17@mail.ru

Предметом рассмотрения является лингвотоксикология – современное направление в лингвистике, изучающее культуру языка в экологическом аспекте с целью развития и поддержания языковой среды, свободной от разного рода “загрязнителей” и лингвотоксинов и благоприятной для передачи культурных и экологических знаний и ценностей.

Ключевые слова: лингвотоксикология; экология языка; лингвотоксины; источники “словесного мусора”; сохранение национальной идентичности.

Современный этап развития научного знания характеризуется отчётливым стремлением к междисциплинарности. Это проявляется в установлении межпредметных связей между весьма далекими, как может показаться на первый взгляд, научными областями, в частности, дисциплинами лингвистического и биологического циклов.

Несколько последних десятилетий стали свидетелями повышенного внимания к проблеме связи между экологией и языком, что стало основой формирования междисциплинарной науки-эколингвистики. Предмет её исследования может быть определён как существование языка в социально-антропологической среде и существование человека в лингвистической среде. Это изучение взаимодействия между языком, человеком как языковой личностью, окружающей средой и обществом на стыке социологических, лингвистических и психологических наук.

Сегодня в ряду разнообразных направлений и подходов к исследованию эколингвистической проблематики в отечественной лингвистике сформировался раздел, получивший название лингвотоксикология.

Термин был предложен профессором Сибирского федерального университета А. А. Сковородниковым. Он смоделировал понятийно- терминологический аппарат эколингвистики по аналогии с уже существовавшим и сложившимся биоэкологическим понятийно-терминологическим аппаратом [1]. Соответственно, если экотоксикология изучает воздействие ядовитых веществ (токсинов) на экосистемы, то лингвотоксикология как раздел эколингвистики призвана изучать воздействие разнообразных “загрязнителей”, т.е. лингвотоксинов на язык.

Лингвотоксикология рассматривает язык не просто как средство коммуникации, а как уникальную систему, отражающую отношение человека к окружающей среде и особенности взаимодействия с ней.

В этом контексте язык функционирует как своеобразный экологический индикатор и фактор, способный как поддерживать устойчивое экологическое сознание, так и подвергаться разрушительному влиянию языкового загрязнения или речевого неблагополучия.

Человеческая речь и язык неразрывно связаны с природным окружением, к которому человек принадлежит. Нарушение этого единства приводит к культурным и речевым деформациям, деградации экосвязей, выражающихся в утрате выразительности и экологической ценности языка. Речевое неблагополучие современного общества в этом смысле выступает не только как симптом социального и культурного кризиса, но и как одна из форм экологического дисбаланса, проявляющегося на языковом уровне.

Речь является не только средством обмена информацией, но и важнейшим компонентом формирования культурной идентичности, выражения ценностных ориентиров и экологического сознания. Поэтому проблема речевого неблагополучия приобретает особую актуальность в условиях экологического кризиса, когда разрушение природной среды и изменение экологической ситуации отражаются на состоянии и функциях языка. Именно речь, как отражение культурных и экологических ценностей, может служить индикатором общего состояния общества и его отношения к окружающей среде.

Богатство языка, его способность к сохранению культурных ценностей, передаче экологических знаний и формированию экологического сознания напрямую зависят от уровня речевого благополучия общества. И наоборот, речевое неблагополучие, проявляющееся в дефиците экологической терминологии, искажении культурных образов природы и снижении уровня культурной ответственности, ведёт к ухудшению экологической ситуации и снижению уровня экологического самосознания.

Культура языка в экологическом аспекте, которой занимается лингвотоксикология, является важным научным направлением, которое призвано выявить механизмы поддержания и развития языковой среды, благоприятной для сохранения и передачи экологических знаний и ценностей. Именно культура языка как совокупность норм, традиций, стилей и речевых практик формирует устойчивую основу для экологического мышления и поведения. Неудовлетворительное состояние современной речевой культуры, проявляющееся в снижении языковой ответственности, поверхностном отношении к словам, искажении смыслов и утрате связи с природной средой, ведёт к обострению неблагополучия речевой среды и усложнению решения экологических проблем.

В условиях динамичного развития современного общества необходим комплексный анализ новых вызовов, с которыми сталкивается современный язык в условиях экологического кризиса, а также поиск путей преодоления речевого неблагополучия через призму эколингвистики и лингвотоксикологии.

Лингвотоксины (часто именуемые “загрязнителями” или “недугами” языка) наносят вред не только самому языку как коммуникативной системе, но и языковому сознанию носителей этого языка, перегружающих свою речь токсичными словами и выражениями, вплоть до потери национальной идентичности.

Сводный список таких “загрязнителей”, составленный на основе работ разных исследователей данной проблематики, включает: жаргонизмы, вульгаризмы, сленг, инвективную и обсценную лексику; просторечие; канцеляризмы; неоправданные иностранные заимствования; неумеренное использование терминов; избыточную аббревиацию; идеологические речевые штампы и словесные политические ярлыки; неологизмы, внедряющие в сознании деструктивные идеи (“токсичное словотворчество”): лингвоцинизмы; оскорбительные прозвища, клички и другие средства языковой негативации и агрессии; грамматические, лексические, орфоэпические, стилистические ошибки и т.д. [1,2,3].

В работах по лингвотоксикологии, проанализированных нами, часто не уточняется, что в контексте “загрязнения”, “порчи”, “засорения”, “отравления” языка, речь не идёт и не может идти о языке вообще, т.е. о национальном или общенародном языке, а имеется в виду лишь одна высшая форма его существования – литературный язык. Лингвисты, конечно, хорошо это осознают, хотя далеко не всегда считают нужным чётко сформулировать, как это сделано, например, в одной из статей О. Б. Сиротининой, которая отмечает, что в семье, с друзьями, профессиональном сообществе, при разной степени официальности, в разных условиях и формах речи (устная или письменная) «человек использует разные варианты принятого языкового кода (литературный язык, диалект, жаргон, просторечие, внутри литературного языка – определенный функциональный стиль и даже его разновидность)» [4, с.47]. Так что и просторечие, и диалектизмы, и жаргонизмы с вульгаризмами, и сленг, и канцеляризмы, и инвективы, и даже обсценная лексика, как и многие другие “загрязнители” литературного языка – не просто имеют право на существование в системе общенародного языка, а занимают в нём своё законное место. Развивая свою мысль об имеющихся в национальном языке «разных вариантов языкового кода», О.Б. Сиротинина подчёркивает, что в задачи лингвотоксикологии входит как раз изучение целесообразности или нецелесообразности выбора варианта кода, причём прежде всего – в пределах литературного языка [4, с 78].

Известные нам субкультурные группировки (студенты, компьютерщики, наркоманы, уголовники, битники, панки, фанаты, диггеры, хич-хайкеры, хиппи, гомосексуалисты и т.д.) имеют свой код общения, свои лексические элементы, оцениваемые с позиции эколингвистики как разновидности лингвотоксинов. Но отнюдь не все вкрапления такого рода и далеко не всегда должны считаться токсичными и изгоняться из сферы общения носителей литературного языка. Вопрос в другом – где и когда использовать их.

Сегодня современное состояние русского языка и его речевого употребления вызывает серьёзную озабоченность лингвистов, философов, психологов и социологов, становясь предметом острых дискуссий.

Так, известный российский лингвист, профессор Л.И. Скворцов писал: «Как в природе есть предельные нормы загазованности воздуха, загрязнения воды,

накопления радиации, при которых начинаются необратимые процессы разрушения, так и в языке существуют пределы его искажения, огрубление, нарушение смысловых, стилистических и грамматических норм» [5, с. 5].

Л.И. Скворцов считал необходимым осмысливать культуру языка в экологическом аспекте, т.е. как части здоровой окружающей речевой среды существования –… «пока мы хорошо говорим и пишем по-русски, нам не грозит никакая денационализация» [5, с.20].

Экологический подход к вопросам культуры и языка является делом общегосударственной важности – от этого зависит, какую культуру и какой язык мы оставим нашим детям и внукам.

Постараемся коротко остановиться на основных, на наш взгляд, источниках засорения языка, не претендуя на детальное рассмотрение этой проблемы, заслуживающей изучения в рамках отдельной публикации.

Итак, главным источником “словесного мусора” и “токсичного словотворчества” является Интернет (соцсети, блогосфера, “мировая паутина”).

Наряду с Интернет-сленгом в нашу жизнь проникает и компьютерный сленг (заимствования из английского языка или производные от профессиональных терминов). Он используется не только специалистами, но и рядовыми пользователями компьютеров, детьми в том числе. В нашу речь вошли такие термины, как *спамить (от англ. spam), юзать (от англ. use), ливнуть (от англ. leave)* и т п.

Следующий источник – молодёжный сленг, язык зумеров и поколения альфа, заимствующий слова из английского языка, социальных сетей и видеоигр и быстро меняющийся. Ограничимся несколькими примерами – *кринж (от англ. cringe) – что-то нелепое; краш (от англ. crush) – предмет влюблённости; чилить (от англ. chill) – расслабляться; задонатить (от англ. donate) – пожертвовать деньги; флексить (от англ. flex) – выставлять напоказ и т. п*.

Телевидение, как это ни странно, также является источником загрязнения языковой среды, когда с экрана звучат канцеляризмы (термин К. Чуковского), официальные штампы, сложные конструкции, превращающие живой диалог в зачитывание протокола. Например: *имеет место быть непонимание по линии министерства, лица, участвующие в мероприятии, денежные средства обвиняемого, зелёный массив района; в плане…, вышеупомянутое, вышесказанное, фактически и т.п.*

Источником, расшатывающим выразительность, определенность языка является и реклама, например:

– *Фэшн-новинки для вас! (приглашение познакомиться с модными новинками;*
– *Еда хоть куда (приглашение зайти в кафе);*
– *Улыбайся с нами! (приглашение обратиться в стоматологический центр);*
– *Здесь на100ящий кофе! (приглашение в кофе-бар);*
– *Мобилизуйся! (приглашение в салон связи).*

Не можем не привести примеры токсичного слова творчества, обнаруженного нами в названиях некоторых коммерческих учреждениях г. Минска.

Особым красноречием отличаются названия частных медцентров: *Изи- Дентист, Эверест-Дент, Зуб-Дент, Супер-Дент* и т.п.

Не уступают им в красноречии и названия кафе и магазинов: *Кафе-Форест, Кафе-Саунд, Бир-Кафе, Мен-Шуз (магазин мужской обуви), Киндер-Сюрприз (магазин детских товаров); Грин-Стоун (ритуальный магазин).*

Жаргонизмы, слова-паразиты, мат, ненормативная лексика, вульгаризмы, неоправданные иностранные заимствования, неумеренное употребление терминов,

прозвища как средство языковой агрессии, безграмотность (грамматические, лексические, стилистические ошибки) – всё это лингвотоксины, рассматриваемые лингвотоксикологией как “ненормальное болезненное сотрясение языка” (термин А.И. Солженицына), заставляющее его испытывать коррозию и ведущее к потере национальной идентичности.

Как яд, отравляющий организм, они разрушают ясность и эстетику речи, способствуют росту агрессии, социального неравенства и стереотипов, а также негативно влияют на индивидуальное самовосприятие и психическое состояние человека [6]. Борьба с этим явлением не может сводиться лишь к запретительным мерам. Она требует комплексного подхода, включающего личную ответственность каждого за свою речь, систематическое воспитание языковой культуры и объединённые усилия общества, государства и институтов образования. Только так мы сможем сохранить язык как национальное достояние и средство созидательного общения.

Будущее русского языка зависит от нас самих. Каждый человек должен осознанно относиться к речи, стремиться к языковой культуре, бережно хранить богатейшие традиции русского языка.

Сохранение чистоты русского языка – это сохранение культурной, духовной и национальной идентичности народа. Пока мы говорим и думаем по-русски, чувствуем красоту и силу родного слова-мы живы как нация.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Сковородников, А.П. О предмете эколингвистики применительно к состоянию современного русского языка / А.П. Сковородников // Экология языка и коммуникативная практика. – 2017. – № 1. – С. 205-223.

2. Полубченко, Л.Ф. Филологическая типология / А.В. Полубченко // Литерс. – 2012. – 291 с.

3. Шаховский В.И. Лингвистическая теория наций / В.И. Шаховский // М.: Гнозис. 2018. – 414 с.

4. Сиротинина, О.Б. Русский язык: система, узус и создаваемые ими риски. / О.Б. Сиротинина // Саратов, Изд. Саратовского унив-та. –2013. –116 с.

5. Скворцов, Л.И. Культура языка и экология слова / Л.И. Скворцов // М.: Русская речь. –1988. – № 4. – С. 3-20.

6. Русский словарь языкового расширения / сост. А.И. Солженицын. – М.: Наука, 1990. – 272 с. – ISBN 5-02-011076 – 0.

CURRENT TRENDS IN LINGUISTICS: LINGUOTOXICOLOGY ON THE PRESERVATION OF THE PURITY OF THE RUSSIAN LANGUAGE

S. M. Volodko, T.A. Romanova

PEI "A.M. Shirokov Institute of Modern Knowledge"

Minsk, Republic of Belarus

svietlana.volodko@mail.ru, kafedragn17@mail.ru

The subject of consideration is linguotoxicology, a modern field in linguistics that studies the culture of language from an ecological perspective in order to develop and maintain a linguistic environment free from various kinds of “pollutants” and linguotoxins and favorable for the transfer of cultural and environmental knowledge and values.

Keywords: linguotoxicology; ecology of language; linguotoxins; sources of “verbal garbage"; preservation of national identity.

УДК 81’373 (043)

СООТНОШЕНИЕ СЕМАНТИЧЕСКОЙ И МОРФОЛОГИЧЕСКОЙ ДЕРИВАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В АМЕРИКАНСКОМ И РУССКОМ ОБЩЕМ СЛЕНГЕ)

А.Н. Воробей
Барановичский государственный университет,
Барановичи, Республика Беларусь, annavorobei1982@yandex.by

В статье рассматривается соотношение способов семантической и морфологической деривации при образовании сленгизмов лексико-семантической группы «Имена собственные» в сопоставительном аспекте на материале двух неблизкородственных языков (английского и русского). В результате проведенного анализа вводится понятие «номинативного профиля». Полученные результаты соотносятся как с типологическими особенностями анализируемых языков, так и обусловлены спецификой лексического состава анализируемой лексико-семантической группы.

Ключевые слова: семантическая деривация; морфологическая деривация; американский сленг; русский сленг; имена собственные.

Одной из важных сторон познавательной деятельности человека выступает процесс номинации, суть которого заключается в поиске наименований для объектов внеязыковой действительности, что предполагает выбор наиболее приемлемых номинативных способов. К основным способам номинации традиционно относят семантическую и морфологическую деривацию, заимствование и создание новых наименований (неологизмов). При этом в любом языке мира ведущими способами являются морфологическая деривация, или словообразование и семантическая деривация [4, с. 336–337].

Хотя лингвисты неоднократно отмечали взаимодополняющий характер данных способов в системе языка [1, с. 189], вопрос о специфике их соотношения остается нерешенным [3, с. 2]. Особенно актуальной является эта проблема для субстандарта в силу его вторичного характера по отношению к литературному языку. Вторичный характер влечет за собой иную иерархию номинативных задач: не номинация, а скорее реноминация понятий, уже получивших обозначение в литературном языке.

Особый интерес при этом представляет сопоставительный анализ, осуществляемый на материале неблизкородственных языков (русского и английского), что позволит определить закономерности, обусловленные как спецификой общего сленга в целом, так и системой конкретного национального языка.

Материалом исследования выступила лексико-семантичская группа (ЛСГ) «Имена собственные» в американском и русском сленге. Отбор сленгизмов производился из словарей американского [6; 5] и русского сленга путем сплошной выборки [2]. Общее количество проанализированных сленгизмов составило 492 наименования в американском сленге; 333 наименования русском сленге.

Анализ распределения отдельных способов семантической и морфлогической деривации выявил, что особенностью данной ЛСГ в американском сленге является значительное превосходство сложения (51 %) над другими способами семантической и морфологической деривации: *Sugar Hill* ‘in New York City the wealthy neighborhood overlooking Harlem’, *nigger heaven* ‘Harlem’, *big pond* ‘the Atlantic ocean’. Как видно из приведенных примеров, зачастую отдельные компоненты подобных сложных сленгизмов получают метафорическое и/или метонимическое переосмысление.

В данной группе американского сленга широко распространены сокращенные наименования географических объектов (18,7 %): *Mike* ‘Mikado engine’, *Pennsy* ‘Pennsylvania road’, *Lake* ‘Salt Lake City’.

Метафора (12%) (*pond* ‘the Atlantic Ocean’, *rock* ‘the Alcatraz prison’) и метонимия (12%) (*the Eye* ‘the Pinkerton National Detective agency’, *Alabama* ‘the South, those states were part of the Southern Confederacy during the Civil War’) представлены в меньшем объёме.

Если в американском сленге распределение способов семантической и морфологической деривации в данной ЛСГ в целом типологически предсказуемо, то в русском сленге в рамках ведущих способов морфологической деривации оказывается сложение (22.3 %): *орехово-косово* ‘район Орехово-Борисово в Москве’; *пятидверка* ‘пятидверный удлиненый автомобиль Нива’. Значительную часть всех сложных слов данной ЛСГ русского сленга занимают контаминированные образования: *спокойники* ‘станция метро Сокольники’; *битлзховен* ‘Людвиг ван Бетховен’.

Подобное распределение способов семантической и морфологической деривации в данной ЛСГ русского сленга может быть связано со спецификой лексических единиц, входящих в данную ЛСГ. В ее состав вошли достаточно разнородные по своей лексико-семантической отнесенности имена собственные (наименования лиц, предметов, продуктов питания, сооружений, транспорта и др.), но всех их объединяет то, что в процессе номинации акцент делается не на самом денотате, на основании которого возможно было бы тем или иным образом классифицировать лексическую единицу, а на определенной разновидности данного понятия, например, на определенной марке автомобиля, определенном виде спиртного напитка, имени человека и др. При этом данные лексические единицы являются не номинантами, то есть лексическими единицами, цель которых – обозначение реалий окружающего мира, а скорее реноминантами – экспрессивными названиями понятий, уже получивших обозначение в литературном языке, которые выражают скорее оценку объекта.

Процесс аффиксации (27,6 %) в данной ЛСГ русского сленга в большинстве случаев сводится к созданию универбов: *комбинашки* ‘женская поп-группа «Комбинация»’; *гестаповна* ‘прозвище очень строгой учительницы’.

Метафора (20,4 %) (*окурок* ‘самолет ЯК-40’; вредина ‘сигарета’) и метонимия (14 ,7%) (*тряпка* ‘университет технологии и дизайна в Санкт-Петербурге’; врангель ‘название фирмы «Врангель» и ее изделий’) представлены в меньшем объеме.

Отметим также относительно высокую продуктивность сокращений в данной ЛСГ русского сленга (10,8 %): *зайка* ‘кафе «Мозайка” в Москве’; *челяба* ‘Челябинск’.

Соотношение отдельных способов семантической и морфологической деривации позволяет ввести понятие «номинативного профиля», под которым понимается основной тип соотношения между ведущими способами семантической и морфологической деривации (см. таблицу).

В американском сленге формируемый профиль является двухвершинным композитно-аббревиатурным **(**в названии профиля используется термин «аббревиатурный» в силу многозначности термина «сокращенный»). В русском сленге формируемый номинативный профиль носит более сложный характер. Как видно из приведенной таблицы, в данной ЛСГ русского сленга он является трехвершинным с пиками на аффиксации, сложении и метафоре.

Таблица – Соотношение способов семантической и морфологической деривации в американском и русском сленге

Наименование способа семантической и морфологической деривации	Американский сленг, %	Русский сленг, %
метафора	12	20.4
метонимия	12	14,7
сложение	51	22.3
аффиксация	6.3	27.6
конверсия	0	4.2
сокращение	18,7	10,8
Итого	100	100

Таким образом, в ЛСГ «Имена собственные» в американском сленге представлен двухвершинный, композитно-аббревиатурный профиль, и формирует, таким образом, чисто морфологический характер, что в целом соответствует типологическим тенденциям. В русском сленге номинативный профиль данной ЛСГ имеет сложную, трехвершинную структуру с пиками на аффиксации, метафоре и сложении. При этом лидирующая позиция сложения обусловлена скорее особенностями анализируемой ЛСГ, чем типологическими особенностями русского языка.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Апресян, Ю. Д. Лексическая семантика : синонимические средства языка / Ю. Д. Апресян. – М. : Наука, 1974. – 367 с.

2. Мокиенко, В. М. Большой словарь русского жаргона / В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. – СПб. : Норинт, 2000. – 720 с.

3. Сальникова, Н. Н. Регулярная лексическая полисемия существительных в современном английском языке в соотношении со словообразованием : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Н. Н. Сальникова ; Ленингр. гос. пед. ин-т. – Л, 1980. – 17 с.

4. Телия, В. Н. Номинация / В. Н. Телия // Лингвистический энциклопедический словарь / Науч.-ред. совет изд-ва «Советская энциклопедия», Ин-т языкознания Акад. наук СССР ; гл. ред. В. Н. Ярцева. – М., 1990. – С. 336–337.

5. Ayto, J. The Oxford dictionary of modern slang / J. Ayto, J. Simpson. –Oxford : Oxford Univ. Press, 1996. – 299 p.

6. Kipfer, B. A. Dictionary of American slang / B. A. Kipfer, R. L. Chapman. – 4th ed. – N. Y. : HarperCollins Publishers Ltd., 2007. – 1114 p.

THE CORRELATION OF SEMANTIC AND MORPHOLOGICAL DERIVATION (ON THE MATERIAL OF PROPER NAMES IN AMERICAN AND RUSSIAN SLANG)

A.N. Vorobei

Baranovichi State University, Baranovichi, Belarus

annavorobei1982@yandex.by

The article deals with the correlation of different types of semantic and morphological derivation in the process of the formation of slang words belonging to the lexical-semantic group «Proper names» in comparative aspect on the material of two unrelated languages (English and Russian). As a result of the undertaken research the notion of «nomination profile» has been suggested. The results obtained correlate both with the typological features of the analyzed languages and with the specific characteristics of lexical units under consideration.

Keywords: semantic derivation; morphological derivation; American slang; Russian slang; proper names.

УДК 811.112.22

СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ПРЕДИКАТИВНОЙ ПОСЕССИВНОСТИ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ (ДИАХРОНИЧЕСКОЕ СОПОСТАВЛЕНИЕ)

Н.Н. Ворох
Белорусский государственный университет иностранных языков
Минск, Республика Беларусь, natali.kushneruk00@mail.ru

В данном исследовании выявляются и описываются грамматические, лексические и семантические особенности предикативных конструкций, которые реализуют отношения принадлежности между одушевленным и неодушевленным посессором и объектом обладания в диахроническом аспекте.

Ключевые слова: предикативная посессивность; посессор; глагол статического обладания; глагол динамического обладания; латентный предикат.

Категория посессивности входит наряду с другими категориями в качестве важной составляющей в языковую картину мира и выражает сферу личного пространства, включающего разного рода предметы и явления, которые находятся в отношениях отчуждаемой или неотчуждаемой принадлежности к лицу-посессору. Языковая реализация отношений посессора к объектам обладания способствует изучению также развития социальных отношений общества в тот или иной период его развития.

Функционально-семантическое поле (ФСП) посессивности представляет собой бинарную структуру, которая обусловлена различными способами отражения действительности — предикацией и атрибуцией [2, с. 135].

Центром предикативной посессивности являются конструкции, в которых представлены все три элемента посессивной ситуации: посессор или обладатель, объект обладания, а также отношения между ними.

Посессивность является проявлением некоторой деятельности. Свойством предиката служит указание на признак предмета, его состояние и отношение к другим предметам. В связи с этим посессивность представляется структурой с четко выраженным предикативным ядром [3, с. 53].

Предикативные конструкции могут носить статический или динамический характер. Статика предикативных посессивных отношений подразумевает состояние принадлежности/ обладания, которому характерен стабильный, неразвивающийся характер. Таким образом, выделяют два семантических типа предикативных посессивных конструкций: конструкции со значением «принадлежности» и конструкции, несущее в себе сему «обладание» [3, с. 26-27].

Посессивная конструкция предложения, семантическим и грамматическим ядром или определяющей константой которого является посессивная связка, образуется за счёт глаголов со значением «иметь, обладать». Посессивность расположена непосредственно в утвердительной части, становясь целью высказывания: посессивное отношение становится составляющей частью действия [7, с. 163].

По М. А. Журинской, в зону предикативной посессивности входят высказывания, обладающие непосредственно значением обладания, в зоне которых в

направлении от ядра к периферии значимость семантического предиката падает [6, с. 103].

В основе предикативных посессивных конструкций в немецком предложении находятся глаголы статического обладания haben, besitzen, gehören. На периферии находятся глаголы динамического обладания bekommen, nehmen, geben, finden, verlieren, behalten, которые являются более узкими глаголами обладания. Кроме того, не остаются без внимания также глаголы, уточняющие способ приобретения или утраты собственности типа erwerben, ausgeben, kaufen, stehlen и др. [4, с. 66].

Главная роль, которую выполняет глагол haben в высказывании – описание субъекта как центра посессивной сферы. Относительно лексического наполнения предложения выделяют при этом две главные области – сфера владения и сфера качественной характеристики [8, с. 82].

Предикативные посессивные конструкции могут носить статический и динамический характер, благодаря которому выделяют конструкции с глаголом статического обладания и конструкции с глаголом динамического обладания, а также глаголы, уточняющие способ приобретения собственности. В предикативной посессивности важную роль играет признак неотчуждаемости, который указывает на то, что «посессивные конструкции тесно взаимодействуют с количественными, локативными и качественными элементами. Более релевантной вместе с тем остается характеристика человека» [8, с. 82].

В данном исследовании были проанализированы разножанровые произведения древневерхненемецкого, средневерхненемецкого и ранненововерхненемецкого периодов развития немецкого языка - «Вессобрунская молитва» (ок. 790 г.), героическая поэма «Песнь о Хильдебранде» (770/80 гг.), «Евангельская гармония Татиана» (ок. 830 г.), «Песнь о Людвиге» (881/882 г.), «Муспилли» (ок. 870 г.), «Помни о смерти» Ноткера (1065-1090 гг.), «Благословение и проклятие Ноя» (10 в.), текстовые фрагменты средневерхненемецкой эпической поэмы «Песнь о Нибелунгах» (1190/1200 гг.), героическая баллада «Песнь о рогатом Зигфриде» (ок. 1530 г.).

В процессе анализа были выявлены следующие предикативные посессивные конструкции:

a) с глаголом статического обладания «haben»: *ni habu gomman* ‘у меня нет мужа’, *thû habêtôs finf gomman* ‘у тебя было 5 мужчин’, *sie ni habent uuîn* ‘у них не было вина’;

b) с глаголами динамического обладания «nehmen» и «geben»: *thio intfâhenti iro liohtfaz* ‘которые взяли свои лампы’, *ni nâmun oli mit in* ‘(они) не взяли с собой масла’, *gebet uns fon îuuueremo ole* ‘дайте нам вашего масла’;

c) с глаголом, уточняющим способ приобретения собственности «kaufen»: *coufet iu* ‘купите себе сами’, *sie couftîn muos* ‘они купили блюда’.

Данные посессивные конструкции с латентным предикатом выражают отношения отчуждаемой принадлежности, в которых основным свойством предиката является указание на наличие предмета.

Проанализировав все выявленные предикативные конструкции, можно сделать заключение, что прототипическим средством выражения предикативной посессивности в древневерхненемецкий период развития немецкого языка являются глаголы статического обладания (58 %).

В процессе изучения письменных текстов средневерхненемецкого периода были обнаружены предикативные посессивные конструкции:

а) с глаголом статического обладания «haben»: *ich han selbe siden* ‘у меня есть шелк’, *ich han einen man* ‘у меня есть муж’;

b) с глаголами динамического обладания «erhalten» и «gebären»: *do si div swert gewnnen* ‘когда они мечы получили’, *daz ich ie gewan den sun* ‘что я родила сына’.

Анализируя средства реализации предикативной посессивности в средневерхненемецкий период, выяснилось, что встречаются предикативные конструкции в равной степени как с глаголами статического обладания, так и с глаголами динамического обладания, между тем конструкций с глаголами, уточняющими способ приобретения собственности, не было выявлено.

В процессе анализа героической баллады ранненововерхненемецкого периода были выявлены следующие предикативные посессивные конструкции:

а) с глаголом статического обладания «besitzen»: *thet er den schatz besitz* ‘что он сокровищем владеет’;

б) с глаголами динамического обладания «geben» и «nehmen»: *sie gaben dem werden Helden dar willigklich jr gůt* ‘они (от)дали достойному герою сами свое золото’, *er gab jm willigklichen seyn speyß und auch den weyn* ‘он дал ему своей еды и также вина’, *die stang nam von der erd* ‘меч (он) взял с земли’, *wie bald der ungetrewe in die hand seyn schwerdt nam* ‘как быстро неверный в руку свой меч взял’, *es nam ein nebel kappen* ‘он взял плащ-неведимку’, *Sewrid nam seyn hembd seyden* ‘Зигфрид взял свою рубаху серебряную’.

Было установлено, что в данных посессивных конструкциях с латентным предикатом выражаются отношения отчуждаемой принадлежности, кроме того, глагол характеризуется таким качеством как указание на наличие/отсутствие предмета у посессора.

В ходе исследования средств выражения предикативной посессивности в ранненововерхненемецкий период выяснилось, что к прототипическим средствам выражения этого типа посессивности относятся конструкции с глаголами динамического обладания (92 %), а конструкций с глаголами, уточняющими способ приобретения собственности, в данный период развития немецкого языка совсем не было обнаружено.

Таблица – Средства выражения предикативной посессивности в диахроническом сопоставлении

Период / Средства	Древневерхненемецкий период	Средневерхненемецкий период	Ранненововерхненемецкий период
Глаголы статического обладания	58%	50%	8,3%
Глаголы динамического обладания	31,5%	50%	91,7%
Глаголы, уточняющие способ приобретения собственности	10,5%	0%	0%
Итого	100%	100%	100%

Таким образом, можно сделать вывод, что в каждом периоде развития немецкого языка прослеживается небольшое количество предикативных посессивных

конструкций (15 % в древневерхненемецком периоде, 3 % в средневерхненемецком периоде и 8 % в ранненововерхненемецком периоде), которые выражают отношения отторжимой посессивности. Ядро предикативной посессивности в диахронии образуют глаголы динамического обладания, количественный рост которых наблюдается в ранненововерхнемецком периоде (91,7 %). На периферии находятся глаголы статического обладания, количество примеров с которым с каждым периодом уменьшается с 58 % (11 примеров) в древневерхненемецком периоде до 8,3 % (1 пример) в ранненововерхненемецком периоде. К периферии также относятся глаголы, уточняющие способ приобретения собственности, наличие которых в ранненововерхненемецком и вовсе не наблюдается.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – 2-е изд., стер. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 576 с.

2. Бондарко, А. В. Теория функциональной грамматики. Локативность. Бытийность. Посессивность. Обусловленность / А. В. Бондарко. – СПб. : Наука, 1996. – 230 с.

3. Глагольные и именные категории в системе функциональной грамматики : сб. материалов конф., 9-12 апр. 2013 г. / отв. ред. А. В. Бондарко. – СПб. : Нестор-История, 2013 – 367 с.

4. Глушак, Т. С. Проблемные аспекты посессивности : (на материале русского и немецкого языков) / Т. С. Глушак, А. А. Толстая // Известия Смоленского государственного университета. – 2013. – № 2 (22). – С. 65–74.

5. Едыгарова, С. В. Категория посессивности в удмуртском языке : дис. … канд. филол. наук : 17.06.2010 / С. В. Едыгарова ; фак. философии Тартус. ун-та, Ин-т эст. и общ. языкознания. – 2010. — 290 с.

6. Журинская, М. А. Именные посессивные конструкции и проблема неотторжимой принадлежности / М. А. Журинская // Категории бытия и обладания в языке. – М., 1977. – С. 194 – 255.

7. Конт-Спонвиль, А. Философский словарь / А. Конт-Спонвиль. – М. : Этерна, 2012. – 752 с.

8. Толстая А. А. Семантика и функционирование предикативной посессивности / А. А. Толстая // Актуальные вопросы германской филологии и методики преподавания иностранных языков : матер. XIV респ. науч.-практ. конф., Брест, 12 марта 2010 г. : в 2 т. / Брестский гос. ун-т им. А. С. Пушкина ; редкол.: Н. А. Тарасевич [и др.]. - Брест, 2010. - Т. 1. - С. 80-83.

MEANS OF EXPRESSING PREDICATIVE POSSESSIVENESS IN GERMAN (DIACHRONIC JUXTAPOSITION)

N.N. Voroh

Belarusian State University of Foreign Languages
Minsk, Republic of Belarus, natali.kushneruk00@mail.ru

This study identifies and describes the grammatical, lexical, and semantic features of predicative constructions that implement the relationship of belonging between an animate and inanimate possessor and an object of possession in a diachronic aspect.

Keywords: predicative possessiveness; possessor; verb of static possession; verb of dynamic possession; latent predicate.

УДК 004.738.5:81'42

КИБЕРБУЛЛИНГ КАК ФОРМА МАНИПУЛЯТИВНОГО РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Кёнул Азизага кызы Габибова
Институт языкознания им. И.Насими
Национальной Академии Наук Азербайджана, Баку, habibovakonul@gmail.com

В данной статье в лингвистическом аспекте кибербуллинг рассматривается как форма манипулятивного речевого воздействия в пространстве виртуальных сетей. Данное явление в современном мире считается грубым нарушением личного пространства и оскорбительной тактикой воздействия на адресата. Оно включает в себя умышленное оскорбление, унижение личности и запугивание на различных социальных интернет-платформах. Некоторые страны уже ввели специальные законопроекты, направленные на ужесточение контроля за использованием социальных сетей, чтобы защитить более молодую и психологически уязвимую категорию граждан. Лингвистические исследования в данном направлении могут быть полезны для выявления подобных случаев и разработки защитных речевых тактик.

Ключевые слова: кибербуллинг; речевая манипуляция; социальные сети; речевая тактика; речевое воздействие.

Введение. Кибербуллинг (интернет-травля) обычно определяется как умышленное и многократное оскорбление, запугивание или унижение человека в виртуально-цифровом пространстве (социальных сетей, мессенджеров и т.п.) И.Петрас и Ф.Петерман определяют кибербуллинг как «более абстрактный термин, подразумевая комплексную структуру кибербуллинга, объединяющую все различные определяющие, влияющие и модифицирующие характеристики, а также все виды взаимодействий и взаимосвязей» [1, с. 351]. В отличие от традиционной травли, «кибербуллинг характеризуется анонимностью, отсутствием личного контакта, длительностью и широким охватом аудитории» [2, с. 172]. В данном случае агрессор, целенаправленно выбирая жертву, заранее планирует свои действия.

В данном исследовании мы рассматриваем кибербуллинг как особую форму манипулятивного речевого воздействия. В лингвистической теории манипулятивное речевое воздействие понимается как «использование хитроумных речевых приёмов с целью подчинить адресата собственной воле» [3, с. 161]. Мы в своих предыдущий исследованиях определяли речевую манипуляцию как более мягкое, но целенаправленное воздействие на адресата [4; 5]. Подобные стратегии подробно описывались в политических и рекламных текстах [5]. Но в просторах Интернета встречаются более жесткие и грубые манипулятивные формы речевого воздействия как кибербуллинг, которому свойственны агрессивные формы онлайн-общения. В данном контексте Дж. Гарриодо Ардила подчёркивает, что «манипуляция может осуществляться весьма грубыми речевыми средствами», направленными «на доминирование Другого (т.е. чужого) и управление ходом разговора в собственных интересах» [3, с. 163]. Данный ключевой момент является основой речевого кибербуллинга: с помощью словесной агрессии агрессор стремится контролировать ситуацию и воздействовать на жертву.

Цель нашего исследования – выделить и проанализировать дискурсивные стратегии кибербуллинга в лингвистическом освещении. Особое внимание уделяется

метафорам, речевым актам и прагматическим приёмам манипуляции, через которые выражается агрессия.

Методы исследования. В данном исследовании мы опираемся на современные теоретические подходы, т.е. когнитивно-прагматический анализ дискурса, теорию речевых актов и стратегий неучтивости. Методами исследования являются описательно-сравнительный и дискурсивный анализ лингвистической науки.

Основная часть исследования. Дискурсивный анализ (в том числе критический дискурс-анализ по Т. ван Дейку) рассматривает тексты как носители идеологических установок и коммуникативных стратегий. В частности, исследователи отмечают, что в кибербуллинге активно проявляется идеология агрессора: высказывания «отражают когницию и идеологии» говорящих (например, традиционные представления о «правильных» школьниках и предубеждения по внешности) [6, с. 101]. Согласно У. Дёбрен (пересказываемой в аналитике Н.Голева [7]), основными характерными чертами интернет-дискурса являются анонимность, отсутствие очного контакта, длительность и массовость воздействий – усиливают возможности агрессии. В современную эпоху виртуальное пространство является неотъемлемой частью каждого социального индивида [8, с. 173]. И каждый пользователь соцсети имеет потенциальный шанс сталкиваться с кибербуллингом в той или иной платформе. Виртуальная коммуникация является «цифровом океаном» для агрессоров, где анонимность превращается в главное преимущество. «Подобные инструменты предоставляют возможность количественно измерить скрытую характеристику — «манипулятивный стиль коммуникации», — которую в ином случае было бы трудно определить» [9, с. 33].

Манипулятивное речевое воздействие и речевая агрессия. С прагматической точки зрения коммуникативная агрессия понимается как намеренное деструктивное поведение, цель которого – негативно воздействовать на адресата. Действительно, А.Моисеева и С.Титлова определяют этот термин таким образом: «речевая агрессия – это намеренное, деструктивное конфликтогенное поведение с целью оказать негативное эмоциональное воздействие на оппонента» [10]. В сетевом общении наиболее типичны такие формы вербальной агрессии, как троллинг (провокационные сообщения, вызывающие конфликт) и флейминг (последовательный обмен оскорблениями). Е.Н.Галичкина описывает эти жанры как «атональные» и манипулятивные: троллинг выражается «выдвижением провокационных утверждений, вызывающих негативную реакцию», а флейминг – «инвективной организацией общения, использованием сниженной и вульгарной лексики и карнавальным переворачиванием норм поведения» [11, с. 8]. То есть акты кибербуллинга часто содержат элементы провокации и унижения, приправленные сознательной грубостью и даже иронией.

Метафоры и образные выражения. Из лингвистических категорий особенно важны метафоры, используемые агрессором. В научной литературе при кибербуллинге выделяются пять основных классов метафорических «картин»: животные, растения, известные персонажи, болезни и мусор (можно сказать и отходы). Например, агрессор может сравнить жертву с ‘бараном’ (тупым, глупым), ‘скотиной’ (невежей или глуповатой) или назвать её ‘мусором’ (абстрактно принизив как нечисть). Образное высказывание может объединять сразу несколько метафор и сленговых приёмов. Так, в одном сообщении можно увидеть сразу и сравнение-животное, и прикреплённый эпитет: *Смотри, этих лохушек-то как раком обошли, а ты опять здесь амёба* – ‘лохушек’, ‘раком обошли’ (жесткий сленг), ‘амёба’ (микроорганизм). Подобные «метафорические инъекции» служат экспрессивному

принижению жертвы. Как указывают исследователи, злоумышленник сознательно сочетает образы, усиливая образ: различные метафоры комбинируются и расширяют атаку. Такие метафоры намеренно дегуманизируют адресата. Назвав свою жертву ‘мусором’, агрессор приравнивает его к отбросам, что служит дискурсивной стратегией её умаления: *Этот твой пост – сплошной мусор, как и ты сам*. Часто используется и метафора болезни: *По ходу ты весь мозг больной пронзил*, намекая на психическую неполноценность.

Интернет-тролли регулярно используют «метафоры-животные» и образы «ничтожество» для передачи враждебности. Например, высказывание *Ты жалкая овечка, которой никто не платит за мнение* смешивает метафору ‘овечки’ с самооболочной драматизацией для обесценивания собеседника.

Подход речевых актов (основанный на классификации Дж. Серла) позволяет систематизировать типы высказываний, встречающиеся при кибербуллинге. М.Деви и Ф.Сели проанализировали 100 комментариев в Instagram и показали, что в таких контекстах встречаются все пять типов, которые отмечал Дж.Серль: «утвердительные (assertive), побудительные (directive), комиссивные (commissive), экспрессивные (expressive) и декларативные (declarative) высказывания». Авторы, анализируя языковые факты из Instagram, делают вывод о том, что наибольшую долю составляют именно декларативные акты (например, «назначение» собеседника кем-то или чего-то) [12]. Несмотря на парадоксальность, часто именно такие высказывания звучат, как *Ты просто позор факультета* (класса и т.д.), вбивая в жертву ярлык унижения. Согласно данному исследованию, декларативы в кибербуллинге «снижают самооценку жертвы» посредством неприятных, вульгарных имён и терминов, и могут оказывать сильный негативный эффект. При этом из примеров М.Деви и Ф.Сели видно, что встречаются и менее типичные формы. Например, «при кибербуллинге репликиутверждения (assertive) часто выглядят как банальные замечания про внешность жертвы (например, ‘*У тебя ужасный стиль*’» [12, 84-86]), а директивы выражают требования (*Удаляй свой аккаунт!*) или угрозы. Вообще, агрессоры не стесняются написать императивные выражения или заявления с грубыми фразами. Потому что при кибербуллинге главной целью является запугивание жертвы.

Теория стратегий неучтивости (impoliteness) Ж.Кальпепера и соавторов рассматривает некорректные высказывания как целенаправленное оскорбление лица [13]. К.Йин применив модель «Дискурс – Когниция – Общество» к 664 комментариям на китайской платформе Weibo показал, что в кибербуллинге доминируют прямые (bald-on-record) стратегии оскорбления [6]. Это означает, что тролли чаще прибегают к грубым, неэсенциальным высказываниям без смягчения – согласно К.Йин, «они являются отражением глубинных идеологических установок адресанта (например, предвзятость в адрес «не таких» людей)» [6]. Таким образом, сочетание манипуляции и неучтивости строит дискурсивную модель: нападающий прямо унижает жертву, сознательно нарушая «правила уместного общения» ради достижения своих целей.

Речевые акты и грамматические приёмы. Примеры кибербуллинга богаты на императивы, обобщения и сарказм. Часто встречаются директивные высказывания (побудительные акты) с угрозой или требованием. Например: *Удаляй свою тему со страницы, пока я всем правду не рассказал* – здесь глагол ‘удаляй’ в повелительном наклонении приказывает жертве прекратить действие, а фраза ‘пока я всем правду не рассказал’ несёт угрозу разглашения компромата. Смысловым приёмом в данном случае является скрытая угроза через ‘если не сделаешь, будет

плохо’. Директивы в буллинге могут звучать грубо: *Продай н…й свой аккаунт*; *Вали отсюда, шл…а!*. Эти сочетания повелительного наклонения с унизительной лексикой снижает жертву и демонстрирует власть агрессора.

Флейминг – это обмен резкими оскорблениями между пользователями, часто перерастающий в эмоциональную ссору. А.Моисеева и А.Титлова приводят диалог в комментариях под новостью о конфликте с кондуктором. «Сначала один участник отреагировал прохладной критикой, но потом другой перешёл к личным оскорблениям: ‘*бабка… что ты несёшь? … Ты старуха, дома сидишь, а людям на работу ездить надо*’» [10]. Здесь нарушение этических норм и переход на личности, что и является ярким примером флейминга [14, с. 960]. Пользователь называет собеседницу ‘бабкой’ и ‘старухой’ не с целью обсудить возраст, а чтобы подчеркнуть её «ненужность и устарелость». Авторы анализа отмечают, что такие разговорные ругательства используются именно для снижения статуса адресата (намёка на когнитивные способности и занятость).

Анализ примеров показывает, что дискурсивные стратегии кибербуллинга находят опору во множестве лингвистических средств: от морфологии (оскорбительные суффиксы) до семантических полей (метафоры уязвления). Они действуют в комплексе, порой комбинируясь, чтобы усилить унижение. Это полностью согласуется с выводами предыдущих исследователей: агрессор сознательно «расширяет спектр атакуемых концептов», комбинирует речевые приёмы и задействует имплицитные угрозы.

Выводы. Кибербуллинг следует рассматривать как грубый вид манипулятивного речевого воздействия: агрессор использует язык целенаправленно для достижения собственных целей, часто игнорируя этические нормы. В представленных материалах анализ показал, что основные стратегии при кибербуллинге – это метафоризация и агрессивные речевые акты. Образные выражения преобразуют жертву в объект презрения, а директивы и персональные нападки передают прямую властную позицию.

Принципы неучтивости в социальных платформах дополняют этот дискурс: преобладание прямых, грубых высказываний отражает стремление подчинить «Другого», подчёркивая разницу между «правильными» нормами (агрессор «нормальный», жертва «неправ»).

Речь кибербуллера часто превращается в цепочку иллокаций и перлокаций, Цель этой цыпочки – вызвать у адресата тревогу, страх или чувство собственной неполноценности. При этом он сознательно манипулирует языковыми средствами (например, используя фразу «без обид» как предлог к оскорблению), комбинирует речевые акты (приказ + угроза) и апеллирует к социальным нормам (‘мы тебя терпим только до поры до времени’). Это говорит о том, что стратегии кибербуллинга во многом схожи с тактиками политической пропаганды или стиля троллинга – направленностью на вызов эмоций и формированием позитивного образа «Мы» против негативного «Они».

Манипулятивные механизмы кибербуллинга включают ярко выраженные метафорические и имплицитные приёмы речевого воздействия на психику. Выявленные примеры подчёркивают, что интернет-агрессоры «структурируют» свои оскорбления по заранее задуманному принципу (выбор жертвы, лексическая стратегия, использование риторических приёмов). Понимание этих стратегий важно не только для лингвистики, но и для образования и модерации контента. При умении распознать речевых манипуляций, общество может лучше реагировать на них и защищать жертв.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Petras, I.-K. Cyberbullying: a concept analysis of defining attributes and additional influencing factors / I.-K. Petras, F. Petermann // Computers in Human Behavior. – 2018. – Vol. 86. – P. 350-366. DOI: 10.1016/j.chb.2018.05.013.

2. Чернышова, Т. В. Дискредитирующий буллинг в полилогах сетевого общения (на материале лингвоэкспертной практики) / Т. В. Чернышова // Медиалингвистика: научно-практический журнал. – 2022. – Т. 9, № 3. – С. 170-189.

3. Garrido Ardila, J. A. Impoliteness as a rhetorical strategy in Spain's politics / J. A. Garrido Ardila // Journal of Pragmatics. – 2019. – Vol. 140. – P. 160-170. DOI: 10.1016/j.pragma.2018.11.017.

4. Habibova, K. Speech effect function of presupposition / K. Habibova // Linguistic Researches. – 2024. – № 1. – P. 91-97. DOI: 10.59849/2664-5432.2024.1.91

5. Habibova, K. Sociolinguistic analysis of political communication = Соціолінгвістичний аналіз політичної комунікації / K. Habibova // Філологічні студії: научно-практический журнал. – 2019. – P. 149-154.

6. Yin, X. From impoliteness to aggression: examining cyberbullying patterns on Sina Weibo using the “Discourse-Cognition-Society” model / X. Yin // International Journal of Education and Humanities. – 2024. – Vol. 16, № 2. – P. 101-108. DOI: 10.54097/hpkgv205.

7. Социальные сети: комплексный лингвистический анализ: в 2 т. Т. 1 / ред. Н. Д. Голев. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2021.

8. Habibova, K. Virtual discourse as a communicative requirement of the modern era / K. Habibova // Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research. – 2023. – Vol. 13, № 1. – P. 173-176.

9. Mammadli, N. The interplay between academic communication and speech manipulation: a psychometric analysis / N. Mammadli, K. Habibova // TPM – Testing, Psychometrics, Methodology in Applied Psychology. – 2025. – Vol. 32, № S1. – P. 29-37.

10. Моисеева, А. В. Флейминг как форма речевой агрессии в онлайн-коммуникации [Электронный ресурс] / А. В. Моисеева, А. С. Титлова // Russian Linguistic Bulletin: научно-практический журнал. – 2022. – № 2 (30). – Режим доступа: https://rulb.org/en/archive/2-30-2022-june/10.18454/RULB.2022.30.1. – Дата доступа: 01.05.2026. DOI: 10.18454/RULB.2022.30.1.

11. Галичкина, Е. Н. Компьютерная коммуникация: лингвистический статус, знаковые средства, жанровое пространство: автореф. дис. … д-ра филол. наук / Е. Н. Галичкина. – Волгоград, 2012. – 40 с.

12. Dewi, M. The speech act analysis of cyberbullying on Instagram / M. Dewi, F. Y. Seli // PEDAGOGIC: Indonesian Journal of Science Education and Technology. – 2023. – Vol. 3, № 2. – P. 82-92. DOI: 10.54373/ijset.v3i2.103.

13. Culpeper, J. Impoliteness: Using Language to Cause Offence / J. Culpeper. – Cambridge: Cambridge University Press, 2011.

14. Титлова, А. С. Воздействующий потенциал поликодового массмедийного текста [Электронный ресурс] / А. С. Титлова, А. В. Моисеева // Вестник Башкирского университета: научно-практический журнал. – 2019. – Т. 24, № 4. – С. 959-962. – Режим доступа: http://bulletin-bsu.com/en/archive/2019/4/39/. – Дата доступа: 10.05.2026. DOI: 10.33184/bulletin-bsu-2019.4.32.

CYBERBULLYING AS A FORM OF MANIPULATIVE SPEECH INFLUENCE

Konul Habibova

Linguistics Institute named after I.Nasimi of Azerbaijan National Academy of Sciences
Baku, habibovakonul@gmail.com

This article examines cyberbullying from a linguistic perspective as a form of manipulative speech influence within the space of virtual networks. In the modern world, this phenomenon is regarded as a serious violation of personal space and an offensive tactic aimed at influencing the addressee. It includes deliberate insults, humiliation, and intimidation on various social media

platforms. Some countries have already introduced special legislative measures aimed at strengthening control over the use of social networks in order to protect younger and psychologically vulnerable groups of citizens. Linguistic research in this field may be useful for identifying such cases and developing protective speech strategies.

Keywords: cyberbullying; speech manipulation; social networks; speech strategy; speech influence.

УДК 81'373:791.43:004.928

ПРОБЛЕМА НОРМАТИВНОСТИ РУССКОЙ РЕЧИ В СОВРЕМЕННОЙ МУЛЬТИПЛИКАЦИИ

И.А. Герасименко

Донецкий государственный педагогический университет им. В. Шаталова
Горловка, Россия, iragerasimenko@mail.ru

Статья посвящена анализу использования нормативных и ненормативных языковых единиц в современной мультипликации с целью анализа чистоты русской речи в контексте современных тенденций мультипликационного дискурса.

Ключевые слова: нормативность; ненормативность; речь; литературный язык; мультипликация; лексема; дискурс.

Исследование проведено в Донецком государственном педагогическом университете им. В. Шаталова в рамках выполнения Государственного задания Министерства просвещения Российской Федерации (№ 1025041100009-7-5.3.1;6.2.1;6.2.5) по теме «Кинопедагогика как компонент профессиональной подготовки современных педагогических кадров».

Как показывает практика, речь современного носителя русского языка наряду с нормативными языковыми знаками наполнена ненормативной лексикой. Лексические единицы, находящиеся за пределами языковой нормы (типа *гад, псих, ихний, балдею, вау* и под.), стали привычными в языковой среде. Как было сказано в [2], «экспансия ненормированных разговорных средств по сравнению с нормотворчески значимыми единицами книжно-письменного литературного языка захватила все коммуникативные сферы» [2, с. 106]. К ним принадлежит и мультипликационный дискурс. Тексты современной анимации (*«Фиксики», «Смешарики», «Иван царевич и Серый волк», «Илья Муромец и Соловей Разбойник», «Крякнутые каникулы»* и др.) содержат наряду с единицами литературного языка слова и выражения разговорной (сниженной) речи. Рассмотрим использование в современной мультипликации литературных и разговорно-сниженных языковых знаков сквозь проблему чистоты русской речи.

Как известно, языковая норма является специфическим признаком литературного языка и воспринимается его носителями (говорящими и пишущими) в качестве «идеала», образца. Как известно, нормы регламентируют ударение, произношение, употребление слов, языковых конструкций, интонацию и другие элементы системы языка. Напротив, ненормативные единицы языка, принадлежащие к разговорному стилю (просторечия, жаргонизмы, вульгаризмы, обсценизмы и др.), – это некодифицированная разновидность национального языка, которая стала сопровождать современное повседневное общение. Считается, что одна из причин активного использования ненормативной лексики – это культурная дезин-

теграция, связанная с разрушением «базовых ценностей христианской культуры и экспансия нетрадиционных религий, манипулирование с помощью СМИ общественным сознанием, целенаправленное навязывание асоциальных и противоправных эталонов поведения и стилей жизни, проявляющееся в низком уровне цивилизованности, в упадке трудовой этики, растущей агрессивности, росте преступности» [3].

Как показывает материал исследования, в речь персонажей современной анимации включены как литературные, так и разговорные (разговорно-сниженные) языковые знаки.

Среди литературных языковых знаков современного мультипликационного дискурса используются имена существительные (*красота*), имена прилагательные (*чудесный, гениальный, несчастный, прекрасный, забавный, позитивный, нелепый, самокритичный, вредный, нечеловеческий, колоссальный, огромный*), наречия (*унизительно, отлично, замечательно, феноменально, непременно, грандиозно, беспрецедентно, красиво, внушительно, замечательно, печально, неохотно*) и др. Они, как правило, передают позитивную (*истинный, гениальный, позитивный, прекрасный, фантастический, огромный, колоссальный, удивительнейший, загадочный, забавный, милый, чудесный, отлично, замечательно, феноменально, грандиозно, внушительно, красота*) и негативную оценку (*несчастный, жуткий, нелепый, вредный, глупый, скептичный, гигантский, унизительно, беспрецедентно, печально*) субъекта относительно описываемого объекта.

Однако материал исследования показывает, что современная анимация пронизана лексическими единицами разговорного стиля, среди которых слова, выражающие оценочное отношение к тому или иному предмету (явлению). Рассматриваемые языковые знаки (типа существительного *морда* ‘лицо’, глагола *проворонить* ‘по невнимательности пропустить’, наречий *отродясь* ‘никогда за всю жизнь’, *чего* ‘зачем’, ‘для чего’, *чертовски* ‘в очень большой степени’, ‘в высшей степени’, ‘до крайности’, ‘чрезмерно’, ‘очень’, частицы *вишь* (при выражении неудовлетворения), междометия *гляди* (при выражении предупреждения, предостережения, угрозы), снабжённые в современных толковых словарях пометами *разг., разг.-сниж.* [1; 8], включены в современный мультипликационный дискурс. Ср.: *Знаешь что я тебе скажу, это* ***чертовски*** *выгодный бизнес* («Фиксики»); А теперь, ***вишь***, народ правду желает знать («Илья Муромец и Соловей Разбойник»); ***Гляди*** *у меня!* («Илья Муромец и Соловей-Разбойник»); *Ну, не лицо, конечно –* ***морда****. Доверенная* ***морда*** *царя* («Иван царевич и Серый волк»).

Примечательно, что современная мультипликация представлена широким списком таких слов. К их числу принадлежат лексемы разной частеречной принадлежности. Это имена существительные (*фифа, грязюка*), прилагательные (*языкастый, недалёкий* ‘умственно ограниченный’), наречия (*маловато, маленько, рановато, отродясь*), глаголы (*ерепениться, перебарщивать, извести, вертаться, проворонить, удумать*), частицы (*ишь, вишь*) и др. Так, в примере ***Вертайся****, а то…* ***Вертай****, тебе говорю!* («Алёша Попович и Тугарин Змей») глагол *вертаться* в [8] имеет помету *разг.-сниж.* и обозначает ‘возвращаться’; *Начнет* ***ерепениться*** *– выдам замуж силой! – Правильно, прояви царскую волю. – Что правильно? Жалко же* ***девку****! Да и самому неприятно* («Иван царевич и Серый волк»), где глагол *ерепениться* передаёт значение ‘упрямо и раздражённо противиться’, а существительное *девка* толкуется как ‘то же, что и девушка’ и в [8] имеют пометы *разг.* и *разг.-сниж.* соответственно. Также в современной анимации используются окказиональные (*заблудильство, телепортнуло, крошевость*) и

диффузные, семантически размытые слова (шутл. *штуковина,* шутл. *бандура* – о чём-то громоздком). Ср.: *Я заблудился?! Я* ***заблудильством*** *никогда не занимаюсь* («Крякнутые каникулы»). Эти и другие единицы последовательно используются в речи главных персонажей в анализируемых мультсериалах. Видимо, непринуждённость и неофициальность общения героев современной российской мультипликации порождает лексическую свободу, которая также проявляет себя в использовании ненормативных разговорных, разговорно-сниженных и окказиональных словах.

Однако использование разговорной лексики в современной мультипликации даёт основание предположить, что детская анимация демонстрирует насаждение речевой раскованности и допускает свободное использование таких языковых знаков. Как пишет З.К. Закирова, «источников нелитературных слов вокруг нас очень и очень много. Это и детский сад, и улица, и телевизионные программы, и мультфильмы, и знакомые взрослые, и семья» [4]. Возможно, привлечение разговорных, разговорно-сниженных и окказиональных единиц в мультипликационный дискурс обусловлено осознанным снижением регистра речи для обеспечения достоверности и выразительности сказанного, так как современная анимация, снабжённая подобными лексемами, копирует неофициальное и непринуждённое общение носителей языка.

Однако включение такой лексики в дискурс мультипликации логично приводит к формированию небрежного отношения к языку и речи, к соблюдению правил этикета и этикетных норм, возникают привычки, которые переносятся на другие виды общения. Как результат, данные лексические средства прочно входят в речь современных детей. Поэтому разговорная речь должна взвешенно вводиться в дискурс мультипликации.

Вспомним, что становление эмоционально-оценочной сферы начинается с раннего возраста: формируется оценка, самооценка, необходимые для организации взаимодействия с миром, другими людьми и обществом в целом. Для ребёнка важным источником пополнения словарного запаса (в том числе и слов оценочной сферы) является мультипликация. Увеличение за счёт лексики разговорного стиля словаря ребёнка, в том числе посредством мультипликационного дискурса, негативно влияет на культуру мышления и речевое поведение, на эстетику речи. Поэтому, как мультипликация, так и различные национальные объединения, институты сферы гуманитаристики, включающие филологическое образование, региональные ассоциации, общественные объединения, которые обладают глубоким гуманитарным потенциалом, должны стать эффективной площадкой для решения проблем чистоты русского языка как фундаментальной основы национального единства. Приобщение же к эталонному владению русским языком – первостепенная задача филологического образования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб.: «Норинт», 2000. – 1536 с.

2. Герасименко, И.А. Разговорные единицы в дискурсе современной мультипликации / И.А. Герасименко // Языковые категории и единицы: синтагматический аспект. Материалы XII Международной научной конференции (Владимир, 26 – 28 сентября 2017 года), посвященной 65-летию кафедры русского языка. – Владимир: Транзит-ИКС, 2017. – С. 105-109.

3. Гришева, К.А. Ненормативная лексика, основные факторы ее употребления / К.А. Гришева, М.В. Кондратей, В.В. Ткаченко. – Текст : непосредственный // Молодой

ученый. – 2014. – № 6 (65). – С. 654-658. – URL: https://moluch.ru/archive/65/10707 (дата обращения: 22.03.2026).

4. Закирова, З.К. Что такое хорошо, что такое плохо? / З.К. Закирова // Воспитатель ДОУ. – 2014. – № 2. – С. 32-36.

5. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – Москва : Сов. энциклопедия, 1990. – 685 с.

6. Никитина, Т.Г. Ключевые концепты молодёжной культуры: тематический словарь сленга / Т.Г. Никитина. – СПб.: «ДМИТРИЙ БУЛАНИН», 2013. – 864 с.

7. Скворцов, Л.И. Большой толковый словарь правильной русской речи: 8000 слов и выражений / Л.И. Скворцов. – М. : ООО «Изд-во «Оникс»: ООО «Изд-во Мир и образование», 2009. – 1104 с.

8. Толковый словарь русского языка под ред Т.Ф. Ефремовой, 2006 / 1.00 Portable. Режим доступа к изданию: http://www.softportal.com/software-13023-tolkovij-slovar-russkogo-yazika-t-f-efremovoj.html (дата обращения: 21.03.2026).

THE PROBLEM OF NORMATIVITY OF RUSSIAN SPEECH IN MODERN ANIMATION

I.A. Gerasimenko

Donetsk State Pedagogical University named after V. Shatalov, Gorlovka, Russia
iragerasimenko@mail.ru

This article examines the use of normative and non-normative linguistic units in contemporary animation, with particular attention to the preservation of linguistic purity in Russian speech. The study situates this analysis within the broader framework of current trends in animated discourse, highlighting the tension between adherence to literary norms and the influence of colloquial or non-standard forms.

Keywords: normativity; non-normativity; speech; literary language; animation; lexeme; discourse.

УДК 811.161.1’42:159.9

ОТ ПСИХОТЕРАПЕВТИЧЕСКОЙ СЕССИИ К МЕДИАДИСКУРСУ: НОВЫЙ УЗУС СТАРЫХ СЛОВ

М.А. Гладко

Белорусский государственный университет иностранных языков
Минск, Республика Беларусь, mgladko29@gmail.com

В статье анализируется процесс активного проникновения психотерапевтической лексики в медиадискурс. На материале русскоязычных блогов и социальных сетей выявляются семантические и прагматические трансформации терминов «абьюз», «депрессия», «границы», «токсичность», «ресурс», «сепарация» и др. Показано, что в медиасреде психотерапевтическая лексика становится инструментом конструирования социальной реальности и маркером социальной идентичности в оптике психологии.

Ключевые слова: психотерапевтическая лексика; therapy-speak; медиалингвистика; языковая мода; прагматика; интернет-дискурс.

Стремительное проникновение психотерапевтической терминологии в повседневную коммуникацию, особенно в социальные медиа, стало одним из наиболее заметных явлений последнего десятилетия. Понятия, ранее принадлежавшие исключительно клиническому дискурсу – «травма», «газлайтинг», «нарциссическое расстройство личности», «границы», «триггер», «созависимость» – превратились

в общеупотребительные единицы, активно используемые в профессиональной журналистике и социальных сетях. Этот феномен получил в публичной сфере наименование therapy-speak (терапевтический жаргон) и привлек внимание исследователей из разных областей: психолингвистики, социологии, философии и медиакоммуникаций.

В научной литературе therapy-speak определяется как «неточное и поверхностное включение языка психотерапии в повседневную коммуникацию» [6, p. 457]. При этом авторы подчеркивают, что речь идет не о любом использовании психологической лексики, а о специфической лингвистической практике, характеризующейся тремя признаками: (1) импрецизностью (misapplication) – термины применяются к явлениям, выходящим за пределы их исходного значения; (2) редукционизмом (oversimplification) – сложные концепты сводятся к упрощенным формулам; (3) социальной позицией говорящего – практика преимущественно распространена среди лиц, не имеющих психиатрического диагноза и обладающих высоким социальным капиталом, инфлюенсеры, журналисты и т.д. [6, p. 458].

Медиалингвистика предоставляет инструментарий для анализа того, как профессиональная лексика адаптируется к жанрам новых медиа. Ключевым понятием здесь выступает языковая мода – «обусловленный движением социального времени феномен речевой коммуникации» [3, с. 34]. Модные слова обладают рядом свойств: эффект новизны и «интеллектуальности», количественный всплеск употреблений, расплывчатость семантики, смысловая подвижность, лёгкость проникновения в разные сферы за пределы дискурса-источника, вирусность распространения [7; 3]. Важно, что модные слова изначально возникают внутри определенной профессиональной сферы [5, с. 475].

Как показывают исследования филологов, научные термины сохраняют в обыденной речи семантическое ядро, но «обрастают эмоциями, персонификациями и некоторыми другими чертами» [1, с. 1548]. Так, термин *абьюз* в профессиональном контексте означает «физическое и психологическое насилие», а в блогах приобретает смыслы «бескультурье», «ложь», «доказательство значимости», «уничтожение жертвы» [1, с. 1550–1551]. Термин *депрессия* в клинической психологии определяется как «психическое расстройство, угнетение психической деятельности», а в обыденной речи сводится к «усталости, дискомфорту, нервозности, апатии», что подтверждает тенденцию к девальвации клинического содержания [1, с. 1550–1551].

Анализ материала позволил сделать вывод о том, что психотерапевтическая лексика (ПЛ) используется для выражения директивных или оценочных намерений. Например, высказывание *я устанавливаю границы* может быть не констатацией намерения, а скрытым требованием к собеседнику изменить поведение: *Если ты не перестанешь общаться со своей бывшей,* ***я вынужден установить жесткие границы.*** *Мне не нужны лишние триггеры и токсичность* (Инстаграм, 2025). Это пример косвенного речевого акта, где первичная иллокуция (требование) маскируется под вторичную (констатацию). Подобная стратегия позволяет говорящему сохранять видимость нейтральности и заботы о собственном благополучии, одновременно оказывая давление на адресата.

Использование ПЛ (например, *токсичный, нарцисс, газлайтер*) вводит в дискурс пресуппозиции, создающие неравенство. Говорящий имплицитно демонстрирует наличие у себя компетенции в области клинической диагностики, а также право на оценку. Адресат оказывается в позиции, где ему необходимо либо

принимать навязанный ярлык, либо вступать в спор о терминологии, что само по себе может восприниматься как подтверждение «диагноза». Это явление близко к понятию иллокутивного подавления (illocutionary disablement), который ввели Хорнсби и Лэнгтон для описания ситуации, когда один участник коммуникации лишается возможности успешно совершить собственный речевой акт. В русскоязычных блогах ПЛ *абьюзер, токсичный, нарцисс* используются для маркировки оппонентов, что упрощает сложные социальные взаимодействия до клинических ярлыков.

С.В. Лебедева и Н.В. Астахова предлагают рассматривать использование психотерапевтической лексики в контексте эвфемии. В профессиональном дискурсе психотерапевты часто прибегают к эвфемистической замене для смягчения неприятных для пациента явлений: *эмоционально нездоровые отношения* могут обозначаться как *созависимость, эмоциональный насильник – как абьюзер, одержимость – как «гиперфиксация* [2, с. 7]. Это объясняется спецификой терапевтической деятельности, направленной на коррекцию эмоциональных состояний.

В медиакоммуникации наблюдается обратная тенденция: те же самые лексемы используются для драматизации, придания большой эмоциональной силы. *Паническая атака* вместо *тревога, созависимость* вместо *эмоциональные взаимоотношения, токсичный* вместо *скучный, абьюзер* вместо *негодяй* – такие замены, по мнению авторов, равносильны дисфемистическим [2, с. 7-8]. Это позволяет говорить о том, что психотерапевтическая терминология в медиадискурсе выполняет двойственную функцию: с одной стороны, она может служить вуалированию острых тем (эвфемия), с другой – гиперболизации и стигматизации (дисфемия).

ПЛ становится особым инструментом конструирования реальности. Экспертное мнение психологов проникает в аналитические статьи, информационные программы, комментарии политиков, формируя своего рода «психологическую оптику» восприятия социальных процессов. При этом наблюдается четкая динамика в репертуаре ПЛ: от идей позитивного мышления и «достигаторства» к ценностям личного комфорта, «жизни в кайф», что отражается в распространении лексем *ресурс, зона комфорта, экологичность, сепарация*. Медиадискурс не только транслирует, но и активно трансформирует эти понятия, расширяет их сочетаемость, создавая новые коллокации *заряжать свой ресурс, выйти в ресурс, информационная паническая атака, психология чаевых, цифровая тревожность, токсичная маскулинность, токсичный город, токсичные вопросы, токсичная цифра.* Особого внимания заслуживает семантическая экспансия лексем, которые в медиадискурсе приобретают не только новые значения, но и новые коллакации. Так, *зона комфорта*, изначально нейтральное понятие, в медиатекстах приобретает оценочную полярность: наряду с клишированным выйти из зоны комфорта появляются коллокации *расширить зону комфорта* и даже *защитить свою зону комфорта* (маркер личных границ). Лексема *сепарация*, ранее клиническая (отделение ребенка от матери), расширяет сочетаемость: *Многие приходят к психологу, чтобы пройти сепарацию от родительских сценариев* (Инстаграм, 2024). Такое расширение сигнализирует о метафорическом переносе терапевтического концепта на любые виды социального и когнитивного отделения.

Социальные медиа, будучи пространством, где пересекаются профессиональные и любительские дискурсы, создают условия для эксплуатации эпистемического авторитета медицинского знания. Говорящий, использующий клиническую терминологию, присваивает себе авторитет профессионала, не неся при этом профессиональной ответственности: *Мой бывший — классический нарцисс. Он не по-*

здравил меня с днём рождения, хотя знал, как мне это важно. Токсичный абьюзер который только обесценивал мои чувства (Twitter, 2025). Это особенно опасно, когда речь идет о маркировке других людей как «токсичных», «абьюзивных» или «нарциссичных» – подобные ярлыки могут нанести серьезный репутационный и психологический ущерб, но при этом остаются в рамках «мнения», не подлежащего проверке.

Наконец, психотерапевтическая лексика становится маркером социальной идентичности. Владение «модными» терминами и умение использовать их в конфликтах сигнализирует о причастности к психологически грамотной, «продвинутой» аудитории. В этом смысле терапи-спик выступает одновременно и инструментом символической власти, и источником аффективной несправедливости: эмоции и переживания человека, названного «токсичным» или «абьюзером», лишаются права на признание, будучи заранее дискредитированными через диагноз.

Таким образом, психотерапевтическая лексика в медиадискурсе выполняет важные функции: она конструирует иерархии, маскирует властные отношения, формирует новые идентичности. Психотерапевтическая лексика начинает функционировать не только как инструмент научного описания психических процессов, но и как частотный востребованный ресурс интерпретации межличностных отношений, личности человека, в том числе его коммуникативной компетенции. В медиадискурсе психотерапевтические термины утрачивают точность, одновременно эвфемизируют острые темы и дисфемизируют обыденные явления, гиперболизируя их до уровня патологии, что меняет перлокутивный эффект высказывания.

Присвоение данных терминов создает эффект ложного экспертного авторитета, позволяя адресанту маркировать людей без профессиональной ответственности, что порождает эпистемическую асимметрию; одновременно владение модной лексикой становится маркером «психологической продвинутости» и символической власти.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Здриковская, Т. А. Функционирование психотерапевтических терминов в русскоязычном интернет-дискурсе / Т. А. Здриковская, Ю. А. Мохова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2022. – Т. 15, вып. 5. – С. 1548–1553.

2. Лебедева, С. В. Психотерапевтическая терминология в контексте теории эвфемии / С. В. Лебедева, Н. В. Астахова // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2024. – Вып. 4 (55). – С. 1–10.

3. Пивоварчик, Т. А. Модные слова из предметной области «Психология» в текстах белорусских СМИ / Т. А. Пивоварчик // Веснік Брэсцкага ўніверсітэта. Серыя 3. Філалогія. Педагогіка. Псіхалогія. – 2025. – № 3. – С. 34–38.

4. Austin, J. L. How to Do Things with Words / J. L. Austin. – Oxford : Oxford University Press, 1962. – 168 p.

5. Baker, W. Transcultural communication: language, communication and culture through English as a lingua franca in a social network community / W. Baker, C. Sangiamchit // Language and Intercultural Communication. – 2019. – Vol. 19, no. 6. – P. 471–487.

6. Cordero, J. M. Unmasking therapy-speak / J. M. Cordero, L. Floridi, A. I. M. Ho, A. L. C. Tan // Theoretical Medicine and Bioethics. – 2025. – Vol. 46, no. 6. – P. 465–489. – DOI: 10.1007/s11017-025-09730-5.

7. Cornwall, A. Buzzwords and fuzzwords: deconstructing development discourse / A. Cornwall // Development in Practice. – 2007. – Vol. 17, no. 4–5. – P. 471–484.

8. Fricker, M. Epistemic Injustice: Power and the Ethics of Knowing / M. Fricker. – Oxford : Oxford University Press, 2007. – 320 p.

9. Searle, J. R. A classification of illocutionary acts / J. R. Searle // Language in Society. – 1976. – Vol. 5, no. 1. – P. 1–23.

FROM PSYCHOTHERAPEUTIC SESSION TO MEDIA DISCOURSE: NEW USAGE OF OLD WORDS

M. A. Hladko
Belarusian State University of Foreign Languages
Minsk, Belarus, mgladko29@gmail.com

This article analyzes the active penetration of psychotherapeutic vocabulary into media discourse. Using Russian-language blogs and social media, the article identifies semantic and pragmatic transformations of the terms "abuse," "depression," "boundaries," "toxicity," "resource," "separation," and others. The article shows that in the media environment, psychotherapeutic vocabulary becomes a tool for constructing social reality and a marker of social identity in the optics of psychology.

Keywords: psychotherapeutic vocabulary; therapy-speak; media linguistics; linguistic fashion; pragmatics; internet discourse.

УДК 81’42:791.4

КОНТАКТНО-ОПТИМИЗИРУЮЩАЯ СТРАТЕГИЯ АДРЕСАНТА ФАСЦИНАЦИИ В КИНОДИСКУРСЕ

О.В. Головко
Белорусский государственный университет иностранных языков,
Минск, Республика Беларусь
olechkavgolovko@gmail.com

В статье рассматриваются особенности контактно-оптимизирующей стратегии адресанта фасцинационного влияния в диегетическом пространстве англоязычного кинодискурса. Научная новизна работы обусловлена оригинальностью анализа механизмов продуцирования похвалы и комплимента как стратегических средств субъекта фасцинации сквозь призму мультимодальности.

Ключевые слова: контактно-оптимизирующая стратегия; адресант; адресат; фасцинация; комплимент; похвала; кинодискурс.

Интерес современных лингвистических исследований к речевому влиянию в семиотически гетерогенных дискурсах (см. S. Kozloff, C. Tseng, A. Villarejo) обуславливает актуальность данного исследования.

Материалом исследования являются эпизоды – контексты вербальной и невербальной экспликации фасцинационных коммуникативных ситуаций, выбранные методом сплошного отбора из киносценариев [7] англоязычных разножанровых фильмов.

Фасцинационная коммуникативная ситуация нацелена на поддержание собеседниками кооперативного взаимодействия. Такое общение базируется на принципах вежливости Дж. Личча и кооперации П. Грайса, что предусматривает бережное отношение к адресату, стремление к согласию и партнерству.

У фасцинационной коммуникации принцип вежливости заключается в максимально высокой оценке личности собеседника, обладанием куртуазным стилем речи. Придерживание принципа вежливости организовывает приятную для двух сторон атмосферу общения, создает позитивный фон для реализации коммуника-

тивных стратегий. Этот принцип детерминирует наличие таких характеристик общения как тактичность, осторожный подход к выбору коммуникативной стратегии, учет интересов адресата, его чувствительности и готовности равномерно распределять речевую инициативу, не отягощать разговор лишними деталями, избегать доминирования в процессе коммуникации. Использование принципов вежливости и кооперации в общении помогает говорящему достичь поставленной цели, не обижая партнера по коммуникации и оставляя от разговора приятное впечатление.

В фасцинационной коммуникативной ситуации с целью преодоления неуверенности и создании гармоничных отношений говорящий использует комплимент и похвалу как контактно-оптимизирующую стратегию. Похвала и комплимент рассматриваются как динамическая система логически упорядоченных вербальных знаков, которые передают важность адресата (объекта фасцинации). Таким образом с помощью похвалы и комплимента эксплицируется расположение и симпатия к реципиенту, отражается динамическое развитие контакта участников фасцинационной интеракции.

Похвала в аспекте коммуникации рассматривается как искреннее и объективное, с точки зрения говорящего, высказывание одобрения личности адресата, его качеств или деятельности, а также объектов, что представляют «мир адресата» [2, с.5]. Похвала – это средство индивидуальной авторской коммуникативной тактики, в результате чего ее языковое оформление отмечается качественным разнообразием и отсутствием шаблонности. Похвала функционирует в большинстве случаев в ситуации кооперации.

1) ***Miranda:*** *“You have a real eye for fashion.”*
Assistant: *“Thank you, I try my best.”*
Miranda: *“I can see that. Your style is very impressive.”*
Assistant: *“That means a lot coming from you.”*
Miranda: *“Keep it up, you’ve got great talent.” (The Devil Wears Prada, 2006)*

Похвалу можно определить как вербальное (менее невербальное) проявление одобрения. Поскольку похвала нацелена на сотрудничество и поддержку не антагонистских отношений, она нередко сопровождается высказываниями других положительных чувств, например, благодарности, поддержки, восторга, приятного удивления [8, с. 177]. Широкий спектр «похвальных» параметров охватывает способности, успехи объекта фасцинации, успешное исполнение им работы, привлекательные черты характера и внешности. В похвале выражены следующие постулаты: *“I am thinking about you”; “I feel something good about you”; “I want to say you are good”, “I say this to you because I want to say something good to you*”. [6, с.74]

Изысканная этикетная похвала выступает в роли комплимента. Комплимент понимается фасцинационной техникой завоевания диспозиции адресата. Похвалу и комплимент объединяет положительная оценка продуцентом фасцинации собеседника, его действий или качеств. Отличие заключается в конвенциональной сущности комплимента и не конвенциональности похвалы. Похвала, эксплицируя объективную положительную оценку, признание и одобрение, придает уверенность и формирует чувство самоуважения личности у адресата. Интенция похвалы – экспликация стремления к сотрудничеству и соблюдение принципа кооперации [1, с.13]. Комплимент влияет на внутреннюю, подсознательную сторону психики посредством убеждения [4, с.446] и рассматривается как стратегическое

коммуникативное действие [3, с.109; 5, с.290]. Результатом этого является эмоциональная окраска отношения коммуникантов друг к другу.

Анализ фактического эмпирического материала показал, что механизм влияния комплимента в фасцинационной коммуникации предусматривает следующие аспекты: с помощью комплимента адресат получает определенную положительную оценку; под влиянием комплимента активизируется механизм убеждения; под влиянием убеждения у адресата возникает потребность стать лучшим; у собеседников формируются общие положительные эмоции: достигается эффективность фасцинационного влияния.

В фасцинационной коммуникации комплимент – это не просто высказывание, которое содержит комментарий о положительной черте или достижении адресата и вызывает у реципиента приятную эмоциональную реакцию. Функциональные возможности комплимента в фасцинации обретают большой значимости, поскольку помогают адресанту оказывать положительное психологическое влияние на адресата, что способствует достижению коммуникативной цели – фасцинировать собеседника.

2) ***Jack:*** *“You’re incredibly graceful, it’s mesmerizing.”*
Rose: *“That’s so sweet of you to say.”*
Jack: *“I mean it. There’s a certain elegance about you.”*
Rose: *“You’re making me blush.”*
Jack: *“Just being honest – you’re truly captivating.” (Titanic, 1997)*

Сделав комплимент, говорящий показывает заинтересованность в собеседнике, поднимает ему настроение и настраивает на дальнейший контакт. Комплименты, которые используют в качестве установки или поддержания отношений, можно номинировать как инструментальные. В общении между незнакомыми участниками фасцинационной коммуникативной ситуации комплимент позволяет говорящему проявить свое доброжелательное отношение к адресату, дать ему понять, что реципиент фасцинационного влияния его интересует и привлекает.

3) ***Johnny:*** *“You’re quite talented, you know.”*
Baby: *“Really? I’m just trying to learn.”*
Johnny: *“No, I mean it. You’ve got something special.”*
Baby: *“That’s really nice of you to say.”*
Johnny: *“It’s true. You’ve got a natural gift.” (Dirty Dancing, 1987)*

Комплимент становится эффективным фасцинационным средством исключительно в случаях его правильного применения. Удачный комплимент позволяет установить контакт и создать благоприятную обстановку для дальнейшего общения. Следует подчеркнуть, что качество и форма комплиментов с течением времени изменяется. Если раньше уместным комплиментом считался образный, с искусной игрой слов, то в наше время приоритеты переместились в сторону информативности и функциональности. Современный комплимент характеризируется четкостью и понятностью.

4) ***Holmes:*** *“Your insightfulness is quite impressive.”*
Interlocutor: *“Thank you.”*
Holmes: *“You have a talent for seeing beyond the obvious.”*
Interlocutor: *“I try.”*
Holmes: *“And it’s that talent that makes you special.” (Sherlock Holmes, 1997)*

Комплиментарное высказывание допускает преувеличение, но никак не ложь и неискренность, в противном случае комплимент будет звучать неискренне и вызовет нежелательный перлокутивный эффект.

5) ***Mark: "****You know, you have such a contagious laugh... It's like music."*

Bridget *(irritated): "Honestly? It feels like you only say that when you want something."*

Mark: *"I'm just trying to cheer you up..."*

Bridget*: "That sounds insincere. You're just manipulating me."*

Mark *(hurt): "I'm not like that."*

Bridget *(coldly): "Well, that laugh doesn't bring me joy anymore." (Bridget Jones's Diary, 2001)*

Таким образом, использование адресантом высказываний похвалы и комплиментов детерминируется не только проявлением вежливости, а интенцией создать эмоциональную связь с объектом фасцинации. Похвала и комплимент вызывают радость и благодарность у адресата, это способствует усилению доверительным отношениям участников фасцинационной коммуникативной ситуации. Кинематографический модус вербализации фасцинации посредством контактно-оптимизирующей стратегии эксплицирует динамику отношений коммуникантов диегетического пространства кинодискурса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Горяинова Н.Н. Стратегии и тактики речевого поведения с применением высказываний похвалы и одобрения. Автореф. дис. канд.филол.наук: 10.02.19. – Ставрополь, 2010. – 27с.

2. Леонтьев В.В. «Похвала», «Лесть», и «Комплимент» в структуре английской языковой личности. Автореф. дис. канд. филол. наук.: 10.02.19 /В.В. Леонтьев. – Моск. гос.ун-т. – Москва, 2000. – 20с.

3. Brown P., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. – Cambridge: Cambridge university press, 1994. – 345p.

4. Holmes J. Paying compliments: A sex-preferential positive politeness strategy / journal of pragmatics. – 1988. Vol.12, №4. - P. 445-465.

5. Laver J. Linguistic Routines and Politeness in Greeting and Parting // Conversational routine. The Hague: Mouton. 1981. – P.289-304.

6. Lewandowska-Tomaszczyk B. Praising and Complementing // Contrastive Pragmatics. – Amsterdam, Philadelphia: Benjamins Publishing, 1989. – P.73-99.

7. The Internet Movie Script Database. DOI: imsdb.com

8. Twentier G. The Positive Power of Praising People. – Chicago.: Contemporary books, Chicago, 1998. – 202 p.

CONTACT-OPTIMIZING STRATEGY OF FASCINATOR IN CINEMATIC DISCOURSE

O.V. Golovko

Belarusian State University of Foreign Languages

Minsk, Republic of Belarus

olechkavgolovko@gmail.com

This article examines the peculiarities of the contact-optimizing strategy of the fascinator within the diegetic space of English cinematic discourse. The scientific novelty of this work is predetermined by the analysis of the speaker mechanisms of producing praise and compliments as strategic means of fascination through the paradigm of multimodality.

Key words: contact-optimizing strategy; speaker; listener; fascination; compliment; praise; cinematic discourse.

УДК 81’373

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ СЛЕНГИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

М.С. Гончарова, Т.И. Литвинова
Воронежский государственный педагогический университет,
Российская Федерация
maria.gontscharowa@gmail.com, litwinowa75@mail.ru

В представленной статье анализируются особенности функционирования компьютерных сленговых лексических единиц, отображается характеристика немецкого интернет-сленга в современной цифровой среде. Актуальным способом образования новых слов в современной Интернет-коммуникации является аббревиация, порождающая возникновение новых цифровых сленгизмов.

Ключевые слова: интернет-дискурс; сленг; компьютерный сленг; сленгизмы; сокращения; аббревиатуры; акронимы

С развитием компьютерных технологий и сети «Интернет» многие пользователи экономят свое время, пытаясь полностью сделать процессы коммуникации автоматизированными. Такой подход к современной действительности оказывает непосредственное влияние и на язык, вызывая изменения в нём, затрагивающие, в первую очередь, лексический уровень языка.

В связи с тем, что проблема обновления, пополнения и изменения лексического состава языка является актуальной, в формате исследуемой научной темы нами была сформулирована цель работы, которая заключается в выявлении особенностей функционирования компьютерных сленгизмов в современном немецком Интернет-дискурсе.

В ходе данного исследования были использованы следующие методы: описательный, этимологически, метод компонентного анализа, сплошной выборки.

Появление нового ёмкого пласта современной цифровой лексики в разных языках мира было ознаменовано развитием информационно-коммуникационных технологий. Человек получил новые возможности для поиска и обработки большого объема информации, что помогло создать новые сферы для осуществления Интернет-коммуникации и компьютерного программирования. Именно данный факт послужил ключевой причиной возникновения компьютерного сленга в современном Интернет-дискурсе.

Интернет-дискурс являет собой особый вид цифровой коммуникации, который осуществляется посредством применения разнообразных информационных технологий, являя собой транслятор обмена данными между участниками взаимодействия. Возникновение такого рода коммуникации породило новые актуальные тенденции в способах образования лексики, которые затрагивают изменения лексического состава литературной нормы языка [4, с. 32].

Присутствие различных мессенджеров в повседневной жизни способствовало в значительной степени формированию «компьютерного сленга», который в настоящее время постепенно укореняется в речи и стремится к получению статуса быть независимым языком современного общения.

Под термином «сленг» вслед за К. Эйбл мы понимаем «постоянно меняющийся набор разговорных слов и фраз, которые говорящие используют для установления или укрепления социальной идентичности или взаимопонимания внутри

группы, а также в соответствии с тенденцией или модой в обществе в целом» [5, с. 11].

В эпоху цифровизации сленг становится не просто набором различных жаргонных фраз специфической тематики, он выступает неким самостоятельным техническим феноменом в современных условиях цифрового бытия человека. «Бешеная» популярность социальных сетей, онлайн-игр, интернет-форумов среди обычных пользователей, не профессионалов, провоцирует проникновение техницизмов (ранее принадлежавших сфере профессиональных программистов) в интернет-коммуникацию простого рядового обывателя.

В современной лингвистике понятие компьютерного сленга дефинируется как отдельный пласт лексики, являющийся внутренним и профессиональным языком разработчиков и обычных пользователей сети «Интернет» и включающий в себя слова и словосочетания, связанные с Интернет-дискурсом, компьютерной технической направленностью.

Современный темп жизни заставляет нас эффективно и экономно использовать наше время. Данная тенденция наблюдается и в нашем общении, происходящем в Интернет-дискурсе. Мы намерено сокращаем и усекаем слова, с целью быстрее донести мысль до реципиента. Благодаря данной тенденции появился уникальный язык, позволяющий быстро и эффективно общаться с помощью сокращений, смайликов и других усечений.

Кроме того, наши наблюдения показывают, что одним их важных признаков современного Интернет-сленга является представленность огромного количества англицизмов в нём, поскольку английское наречие – тренд, который являлся основой для совершения информационной революции [9].

Интернет-сленг – это постоянно развивающийся язык, который открывает окно в культурные и технические тенденции. По мере появления новых платформ и форм цифрового взаимодействия сленг продолжает адаптироваться, отражая изменения в современном цифровом обществе.

Л. Хаут, активно исследующая проблемы немецкого интернет-сленга, определяет его как «набор неформальных выражений, заимствованных из неформального цифрового общения». По её мнению, «правильное использование сленга демонстрирует глубокое понимание онлайн-культуры и может помочь в установлении взаимопонимания в цифровых современных сообществах» [11].

Лингвист Л. Хаут подчеркивает важность в разграничении таких понятий как «формальный компьютерный сленг» и «неформальный цифровой сленг». С её точки зрения официальная E-mail переписка с каким-либо представителем компании или сообщества не подразумевает использования так называемых молодёжных сленгизмов [10].

Сленгизмы являют собой «сленговые слова или фразеологизмы, возникшие изначально в определенных группах и отражающие ценностные ориентации данных групп» [8].

Как было отмечено ранее, главной ценностной ориентацией современного Интернет-сообщества является экономия времени и быстрая коммуникация с пользователем чата. Данная установка является одной из причин появления цифровых сокращенных сленгизмов.

Цифровые сленгизмы — это слова, выражения и формы языка (сокращения, аббревиатуры, жаргонизмы), которые возникают и используются преимущественно в онлайн-коммуникации, в цифровой среде для ускорения общения [6].

Как отмечает С. Д. Лука, впервые сокращенные сленгизмы появились благодаря использованию ICQ в 90-х годах. В своих исследованиях лингвист приводит примеры сокращений, которые являются наиболее популярными в немецком языке и чаще всего ассоциируются именно с данным мессенджером [10]:

- *Bidunova? – Bist du noch wach? –* ‘Ты еще не спишь?‘;
- *Rumian – Ruf mich an*. – ‚Позвони мне.‘;
- *Mome tele* – описывает кратковременное отсутствие за компьютером, в связи с беседой по стационарному телефону;
- Современное *HDL* (*Hab dich lieb*) произошло от *HDGDLFIUEEWPOG* (hab dich ganz dolle lieb für immer und ewig egal was passiert oder geschieht) – ‘Я тебя очень сильно люблю (люблю всем сердцем), навеки, что бы ни случилось или ни произошло’;
- *Dubidodo – du bist doch doof*, означающее, что пользователь ‘не отличается особым интеллектом’;
- *Dumdidum* – вариант используется, когда в чате никто не отвечал, но Вы хотите, чтобы Вас заметили;
- *Pp – Persönliches Pech* – ‘Большая неудача’;
- *GG- Großen Grinsen* – ‚Большая ухмылка’;
- *Dad – denk’ and dich* – ‘Думаю о тебе’;
- *Hase – Habe Sehnsucht* – ‘Мне тоскливо без тебя’;
- *Hahu – Habe Hunger* – ‘Я проголодался’;
- *Gn8 – Gute Nacht* – ‘Спокойной ночи’;
- *2L8 – Too late* (англицизм), zu spät, ‘слишком поздно’;
- *Bd – bis dann*, ‘До скорого’

В современном Интернет-дискурсе различают несколько типов цифровых сокращений [9]:

1. Акронимы – это слова, которые были образованы только из начальных букв словосочетания [2].
2. Графические сокращения – слово, которое образуется с помощью путем замены опущенных букв или слогов небуквенными графическими знаками [1].
3. Лексические сокращения с буквенным чтением. Преимущественно это - аббревиатуры, то есть сокращение словосочетаний. Они произносятся по алфавитному называнию начальных групп.[1].
4. Усечение – частично сокращенные слова, способ образования новых слов или их графического обозначения путем отбрасывания конечной части исходного слова (одной или нескольких морфем, слогов или букв [1].
5. Буквенно-цифровые комбинации представляют собой вариант, когда первый компонент слова сокращается до первой буквы, другой может быть заменен цифрой в виду звуковой сочетаемости.

В данной работе нами была предпринята попытка классифицировать цифровые сокращения, объективирующиеся в современном немецком языке, по способу словообразования. Корпус эмпирического материала данного исследования составляют 173 лексические единицы, отобранные методом сплошной выборки в Интернет-словаре «SMS- und Slang-Wörterbuch» [7].

Результаты проведённого анализа объективируют словообразовательные модели Интернет-сленгизмов современного немецкого языка и отображают их следующее процентное соотношение: группа усечений (40%), группа сокращений с

буквенным чтением (35%), буквенно-цифровые комбинации (10%), группа графических сокращений (8%), акронимы (7%).

В соответствии с вышепредставленными результатами, базовые словообразовательные моделями Интернет-сленгизмов в формате современного лексического фонда немецкого языка представлены усечениями, сокращениями с буквенным чтением, а также буквенно-цифровыми комбинациями.

Группа усечений (40%) являет собой самую продуктивную и разноплановую по содержательному наполнению группу: *pic – picture – das Bild* (картинка)*, app – application – die Applikation* (приложение)*, msg – message – die Nachricht* (сообщение)*, txt – text – der Text* – (текст) и т.д.

Одним из ярких примеров цифровых сленгизмов анализируемого разряда выступает усечение *addy – address – Adderall.* Данная лексема отображает два значения «*электронный* адрес» или «препарат, который используется в Германии среди студентов для повышения концентрации внимания».

Зафиксированные в базе эмпирического материала сленгизмы из группы сокращений с буквенным чтением (35%) отражают реалии только компьютерной тематики: *AFK – away from keyboard – nicht am Computer (*не у компьютера)*, SS – screenshot – der Screenshot (снимок экрана), PK – player kill – Spieler töten (*убийство игрока)*, UL – upload – uploaden* – (загрузить) и т.д.

Небезынтересно выделить в рамках анализируемого аспекта сленгизм GG, который наделён способностью выражать несколько значений. *Good game* содержательно раскрывает смысл понятия «хорошая игра», вместе с тем может обозначать специальную игру-вечеринку для 8 игроков, в которой пользователи соревнуются за то, чтобы стать первым миллионером.

Сленговые лексические единицы, образованные с помощью буквенно-цифровых комбинаций, чаще всего используются именно в сфере профессиональной коммуникации, преимущественно в Интернет-торговле. Подтверждением тому служат следующие примеры: *B2B – business to business – von Geschäft zu Geschäft* (бизнес для бизнеса), F2F – face to face – *von Angesicht zu Angesicht* (лицом к лицу), *C2C – consumer to consumer – von Verbraucher zu Verbraucher* (от потребителя к потребителю), *2FA – two factor authentication – die Zwei-Faktor-Authentifizierung* (двухфакторная аутентификация) и другие.

Интересным примером данной группы, с нашей точки зрения, является сокращение P2P – peer to peer (в переводе «равный к равному»). Данная лексема номинирует сетевую архитектуру, где участники равноправны и могут обмениваться данными напрямую без участия главного сервера. Однако впоследствии данный сленгизм стал популярным сокращением для использования его в мессенджерах для обозначения момента равенства собеседников.

Как показывают результаты нашего исследования группы графических сокращений и акронимов являются достаточно малочисленными. Чаще всего сленгизмы графики употребляются в сфере мессенджеров и социальных сетей: **n/a – not applicable – nicht anwendbar (недоступный), w/ - with – mit (с), w/e – without – ohne (без), x – kiss – der Kuss (поцелуй), t – text message – die Textnachricht (текст сообщения) и т.д.*

Считаем небезынтересным дать более детальную характеристику отдельному примеру данной группы сленгизмов. Наиболее активно и часто представленное на просторах Интернета графическое сокращение w@ означает ‘Was? ’ Пользователи используют данное сокращение в ситуации, когда хотят уточнить, действительно ли информация в чате достоверна.

Акронимы-сленгизмы особенно востребованы и тиражируемы при описании сферы компьютерной безопасности: DV – die Datenverarbeitung (обработка данных), BS – das Betriebssystem (операционная система), DB – die Datenbank (база данных), SuMa – die Suchmaschine (поисковая система), SoMe – die Soziale Medien (социальные сети).

В заключении необходимо подчеркнуть, что компьютерные сленгизмы занимают значимое место в современном немецком Интернет-дискурсе и отражают активное развитие цифровой коммуникации. Релевантными функциями компьютерных Интернет-слов являются ускорение общения, формирование групповой идентичности, передача эмоций и адаптация международных цифровых понятий к немецкой языковой среде. Отличительной особенностью такого рода лексем является их адаптация к нормам немецкой грамматики и словообразовательных канонов, несмотря на тот факт, что Интернет-дискурс немецкоговорящих стран находится под влиянием глобальной цифровой культуры англоязычного сообщества.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Жеребило, Т. В. Словарь лингвистических терминов / Т. В. Жеребило. – 5-е изд., испр. и доп. – Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. – 486 с.

2. Крысин, Л. П. Толковый словарь иноязычных слов: около 25 000 слов и словосочетаний / Л. П. Крысин. – 5-е изд., стер. – Москва: Русский язык, 2003. – 856 с.

3. Матвеева Н.В. Лексические сокращения в англоязычных текстах интернет-пространства / Н.В. Матвеева // Издательство Амурского государственного университета. Серия: «Теоретическая и прикладная лингвистика». – 2021., № 7 (1). – С. 116-132.

4. Мельникова О. К. К вопросу об определении термина "Интернет-дискурс" / О.К. Мельникова // Казанский вестник молодых учёных. – 2018. №4 (7) – С. 30-33.

5. Eble C. C. Slang and Sociability: In group language among College students / C. C. Eble – the University of North Carolina Press: Chapel Hill and London, 1996. – 228 p.

6. Hexlet.io: блог для программистов: сайт – Москва, 2026. – URL: https://ru.hexlet.io/blog/posts/ponimaem-sleng-programmistov-mini-slovar-dlya-nachinayuschih-razrabotchikov (дата обращения: 22.04.2026)

7. Internetmatters.de: интернет-словарь сленговых сокращений: сайт – Лондон, 2026. – URL: https://www.internetmatters.org/de/resources/text-dictionary/ (дата обращения 03.04.2026)

8. Kartaslov.ru: онлайн карта-слов и выражений русского языка: сайт – Москва, 2020– URL:https://kartaslov.ru/значение-слова/сленгизм (дата обращения: 31.03.2026)

9. Learngerman.blog: лингвистический блог: сайт. – Саарбрюккен, 2025. – URL: https://www.learngerman.blog/en/denglish-hip-hop-phrases-and-internet-slang-the-key-features-of-german-youth-language (дата обращения: 02.04.2026)

10. Mdr.de: Medienwissen: новостной блог: сайт – Тюринген, 2026. – URL: https://www.mdr.de/medien360g/medienwissen/chat-abkuerzungen-100.html (дата обращения: 20.03.2026)

11. Studysmarter.com: лингвистический блог: сайт – Лондон, 2026. – URL: https://www.studysmarter.co.uk/explanations/german/german-vocabulary/german-internet-slang (дата обращения: 05.04.2026)

FEATURES OF THE FUNCTIONING OF COMPUTERSLANG IN MODERN GERMAN INTERNET DISCOURSE

M.S. Goncharova, T.I. Litvinova

Voronezh State Pedagogical University, Russian Federation

maria.gontscharowa@gmail.com, litwinowa75@mail.ru

The present article analyzes the features of the functioning of computer slang lexical units and provides a characterization of German internet slang in the modern digital environment. An important trend in contemporary internet communication is the shortening of words, which leads to the emergence of new digital slang forms.
Keywords: internet discourse; slang; computer slang; slangisms; abbreviations; shortenings; acronyms

УДК 81’373.46:81’23

КОГНИТИВНО-ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ АББРЕВИАТУР

Семра Фаиг кызы Гулузаде
Сумгаитский государственный университет
Сумгаит, Азербайджан, semra.guluzade@mail.ru

В данной статье рассматриваются когнитивно-лингвистические особенности терминологических аббревиатур в современном языке. В основном анализируются когнитивные аспекты аббревиации как процесса кодирования и декодирования информации. Особое внимание уделяется рассмотрению аббревиатур как самостоятельных когнитивных моделей, обладающих специфической структурно-семантической организацией и способностью к компрессии информации. Автор отмечает, что аббревиация представляет собой закономерный внутриязыковой процесс, обусловленный принципом языковой экономии и развитием современных коммуникативных технологий.
Ключевые слова: аббревиатура, когнитивная лингвистика, речь, речевой фрагмент, когнитивная модель.

При исследовании сущности и формы аббревиатур невозможно обойти стороной освещение данного вопроса с точки зрения когнитивной лингвистики. Это связано с тем, что аббревиатуры сами по себе выступают в языке как когнитивные модели. «Аббревиация является одним из самых простых и популярных способов сокращения слов, а иногда и создания новых лексических единиц. Существуют различные виды аббревиатур: простые, образованные путём усечения конечной или начальной части слова (*bus* от *omnibus*, *demo* от *demonstration* и т. д.), и сложные, формирующиеся путём сокращения нескольких слов в составе словосочетания» [1, с. 353].

При изучении когнитивных аспектов аббревиации необходимо обязательно учитывать следующие моменты: в процессе мышления информация, анализируемая и осознаваемая в человеческом воображении, посредством специальных языковых элементов и средств как кодируется, так и декодируется. Затем формируются лингвистические структуры, и эти формы применяются в речи. Таким образом, человек использует различные системы знаков при представлении, осмыслении и формировании информации. «Следовательно, сегодня можно утверждать, что вследствие избыточности информации современный язык развивается в соответствии с принципом «наименьшего усилия» или «законом экономии». Поэтому любая информация заменяется более кратким словом или выражением — аббревиатурой. Аббревиация не является случайным явлением, а представляет собой закономерный и неизбежный процесс» [2, с. 147]. Именно поэтому сокращённые

лексические единицы следует рассматривать как полноценные и особые когнитивные модели.

Главной и наиболее важной особенностью аббревиатур является способность сокращать слово до его минимального элемента. Касаясь данного вопроса, Д. И. Алексеев пишет, что «аббревиатура, по сути, не рассчитана на полную передачу информации. Она скорее выполняет функцию формирования представления об информации» [3, с. 212-213].

Рассматривая проблему более широко, следует отметить, что аббревиатура и её исходный вариант — слово (коррелят) или словосочетание — сообщают информацию об одном и том же предмете, называют один и тот же объект или явление. Однако при этом аббревиатура представляет собой не только особую структурно-семантическую форму, но и такую «качественную когнитивную модель, которая хранит и представляет информацию совершенно иным способом» [4, с. 12]. Из этого следует вывод, что аббревиатура не может выступать полным семантическим аналогом коррелята.

Е.Р. Мустафинова выдвигает утверждение о том, что «модификация когнитивных структур, лежащих в основе той или иной аббревиатуры, формируется под влиянием фактора частотности употребления, вследствие чего связи между её компонентами стабилизируются» [5, с. 7].

После того как когнитивная модель приобретает необходимую форму, процесс аббревиации, основанный на механизме компрессии, охватывает словосочетание с низкой степенью употребительности, но обладающее сущностью когнитивной структуры, и выступает как единый тематический компонент. Иными словами, в соответствии с законом аналогии, характерным для ментальных процессов, такая модель приобретает универсальность. Что касается частотности использования когнитивных моделей, то она напрямую зависит от того, насколько они удовлетворяют говорящего и насколько эффективно обеспечивают полноценную коммуникацию.

«Язык как система постоянно развивается и совершенствуется на фоне существующих внутри него противоречивых тенденций» [6, с. 192]. Некоторые из этих тенденций направлены на создание определённых изменений в языковом механизме, тогда как другая их часть ориентирована на сохранение языка в речи [7, с. 42]. С целью устранения избыточности языка аббревиация выступает как мощный внутриязыковой процесс.

Научные исследования, проводимые в данном направлении в лингвистике, ещё раз подтверждают факт всё более широкого распространения аббревиатур в международном масштабе. «Аббревиация открывает новые перспективы для целенаправленной деятельности по совершенствованию и систематизации терминологической лексики промышленной сферы, а также для эффективного моделирования структуры и семантики многокомпонентных терминов, выражающих сложные понятия» [8, с. 175].

Терминологические аббревиатуры представляют собой социально-функциональные лексические единицы, создаваемые и используемые специалистами определённой области знаний на основе концептуального моделирования терминологического поля данной сферы. Д. Кадырбекова отмечает, что термины информационно-коммуникационной сферы обозначают общее понятие, состоят из одного или нескольких слов и выражают специальное понятие. Термин, состоящий из одной основы, в зависимости от своей структуры может превращаться в сложный термин, включающий две и более основы. Поскольку такой термин со-

здаётся и используется специалистами определённой области, новый «созданный» термин, обозначающий понятие, рассматривается как неологизм и называется неотермином [9, с. 45-49].

Поскольку когнитивный подход в лингвистике непосредственно связан с теорией номинации, аббревиатуры также должны рассматриваться как когнитивные модели, относящиеся к определённой области. В процессе первичного акта номинации предмету даётся определённое имя, наименование. Приобретение вторичной номинации может происходить по различным причинам: это может быть связано с экспрессивно-стилистическими целями или с необходимостью сокращения первоначальной номинации. В этом случае используются уже существующие в языке единицы и элементы, а номинативные средства приобретают новую денотативную функцию. Таким образом, при возникновении вторичной номинации первичная номинация выступает в роли её основы. «Аббревиатуры формируются согласно принципам и нормам конкретного языка. Этот факт является одной из проблем в исследовании подобных лексических сокращений, поскольку аббревиатуры имеют существенные различия, и не всегда сразу можно понять, что подразумевается в тексте под той или иной аббревиатурой, не зная специфических особенностей языка» [10, с. 26].

Обращаясь к научным исследованиям начала прошлого века, можно увидеть, что на первоначальном этапе изучения данного вопроса считалось, будто аббревиатура формируется значительно позже длительного функционирования полной формы в языке, некоторое время употребляется параллельно с полной формой как её эквивалент, а затем, приобретая доминирующее положение, вытесняет первоначальную форму из активного употребления. Однако в современном мире различные сферы науки и технологий развиваются настолько стремительно, что значительная часть новых терминов появляется уже непосредственно в форме аббревиатур, и лишь впоследствии мы выясняем и изучаем, сокращением каких слов они являются.

Графические и лексические аббревиатуры, вносящие в речь простоту и удобство, имеют особое значение, особенно для интернет-ресурсов [11; 12]. Возникновение и формирование аббревиатур следует рассматривать исключительно как процесс когнитивного моделирования, поскольку наряду с сокращением здесь неоспорим и тот факт, что новые и активно функционирующие лексические модели играют исключительную роль во взаимопонимании в процессе коммуникации. Так, во время обмена информацией значительно легче запоминать большие объёмы данных, закодированных с помощью определённых символов и знаков. Особое значение при этом приобретают семантически сжатые фрагменты. Распознавание и дешифровка фрагментов, входящих в состав аббревиатур, тесно связаны с морфологическим членением. Кроме того, важную роль играет степень употребительности данного фрагмента: более частотные фрагменты воспринимаются и распознаются быстрее и легче.

Например, сокращённая форма слова *AirmaN – AN* – широко используется в авиационной сфере для обозначения специалистов различных профилей: *AMAN – Aviation Structural Mechanic AirmaN*, *AKAN – Aviation StoreKeeper AirmaN*, *ABAN – Aviation Boatswain* и др.

Формирование аббревиатур на основе готовых моделей и фрагментов приводит к образованию групп однотипных и одноструктурных аббревиатур. При этом следует отметить, что такие аббревиатуры близки друг другу и по своему семантиче-

скому значению. Подобные серии аббревиатур чаще всего связаны с техническими устройствами и специализированной терминологией.

БИБЛИОГРАФИЧЕКИЕ ССЫЛКИ

1. Chibor, E. D. Graphical abbreviation and acronyms in English / E. D. Chibor // Молодой ученый. – 2021. – № 26 (368). – P. 352-355.

2. Mushtat, A. R. The development trends and use of abbreviations in different areas in English language / A. R. Mushtat // Молодежь. Общество. Современная наука, техника и инновации. – 2019. – № 18. – P. 146-148.

3. Алексеев, Д. И. Сложные слова в русском языке / Д. И. Алексеев. – Саратов : СГУ, 1979. – 120 с.

4. Беляевская, Е. Г. Понятие «когнитивная модель» в современной лингвистике / Е. Г. Беляевская // Социальные и гуманитарные науки. Серия 6, Языкознание. – 1996. – № 2. – С. 15-22.

5. Мустафинова, Э. Р. Аббревиация в русском языке: когнитивный аспект : автореф. дис. … канд. филол. наук / Э. Р. Мустафинова. – Барнаул, 2001. – 22 с.

6. Габибова, К. А. Бытовой дискурс в сети Интернет – мировой паутине: особенности, формы и влияние / К. А. Габибова // Gəncə Dövlət Universiteti Elmi Xəbərlər. – 2024. – Cild 1, № 2. – S. 192-196.

7. Вишнякова, Е. А. Аббревиация как лингвокреативная деятельность / Е. А. Вишнякова // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. – 2019. – Т. 5, № 2. – С. 45-52.

8. Habibova, K. Virtual discourse as a communicative requirement of the modern era / K. Habibova // Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research. – 2023. – Vol. 13, № 1. – P. 173-176.

9. Кодирбекова, Д. Инглиз ва узбек тилларида АКТ терминларининг лексикографик талкини / Д. Кодирбекова. – Tashkent, 2017. – 120 б.

10. Сизов, Н. С. Проблема изучения лексических сокращений (аббревиатуры) в русском языке: теоретические аспекты / Н. С. Сизов // Слово и текст: психолингвистический подход. – 2019. – № 19. – С. 24-28.

11. Габибова, К. А. Характерные особенности виртуальной коммуникации / К. А. Габибова // Инновационная траектория развития лингвистических исследований в современном мире : сб. науч. тр. – Москва ; Мехико, 2021. – Т. 3. – С. 23-28.

12. Həbibova, K. Ə. Virtual diskursun linqvistik özəllikləri / K. Ə. Həbibova. – Bakı : Elm və təhsil, 2023. – 110 s.

COGNITIVE-LINGUISTIC ANALYSIS OF TERMINOLOGICAL ABBREVIATIONS

Semra Guluzade
Sumgait State University, Azerbaijan
semra.guluzade@mail.ru

This article examines the cognitive-linguistic features of terminological abbreviations in the modern language. The study mainly analyzes the cognitive aspects of abbreviation as a process of encoding and decoding information. Special attention is paid to abbreviations as independent cognitive models possessing specific structural-semantic organization and the ability to compress information. The author notes that abbreviation represents a natural intralinguistic process determined by the principle of language economy and the development of modern communication technologies.

Keywords: abbreviation, cognitive linguistics, speech, speech fragment, cognitive model.

УДК 811.111

РОЛЬ ЭМОТИВНОГО СИНТАКСИСА В ФОРМИРОВАНИИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ПЛАНА КИНОДИСКУРСА (НА ПРИМЕРЕ СЕРИАЛА ‘THE CROWN’)

А.С. Даутова, А.Ф. Шамсутдинова
Башкирский государственный педагогический университет имени М. Акмуллы
Уфа, Россия
aygule4ka@gmail.com, aliyashamsut@mail.ru

Данная статья посвящена изучению роли эмотивного синтаксиса в формировании эмоционального плана кинодискурса. Авторы анализируют понятие кинодискурса, кинотекст и кинодиалог, рассматриваются их свойства и составляющие. В статье также раскрывается роль эмотивных лингвистических и экстралингвистических компонентов в раскрытии эмоционального аспекта кинодискурса.

Ключевые слова: кинодискурс; кинотекст; эмотивность; эмотивная лексика; синтаксис.

Изучение кинодискурса занимает значительное место в современной лингвистической и культурологической науке, что подтверждается широким кругом научных работ, посвящённых различным аспектам данного феномена. В исследованиях М.А. Ефремовой, С.С. Зайченко, А.Н. Зарецкой, Ю.М. Лотмана, М.А. Самковой и Г.Г. Слышкина последовательно раскрываются ключевые характеристики кинодискурса, при этом большинство авторов сходятся в базовых трактовках его сущности [3].

Так, С.С. Зайченко определяет *кинодискурс* как сложную семиотическую систему, объединяющую разнородные типы знаков, в структуре которой выделяются два взаимосвязанных компонента: *лингвистический*, представленный вербальным текстом (диалогами, закадровым голосом, титрами), и *экстралингвистический*, охватывающий невербальные средства выражения и, как подчёркивает Ю.В. Сургай, культурно-идеологический контекст кинопроизведения [2].

Взаимодействие лингвистических и экстралингвистических элементов порождает ряд характерных свойств кинодискурса. Прежде всего, это визуальность, выражающаяся в доминировании зрительных образов; креолизованность, обусловленная синтезом разнородных семиотических кодов (языковых, визуальных, звуковых и композиционных); целостность, проявляющаяся в системной взаимосвязи всех компонентов. Кроме того, к ключевым характеристикам относятся модальность, оценочность, а также прагматическая направленность, заключающаяся в целенаправленном воздействии на зрителя (формирование определённых установок, эмоциональных реакций и интерпретаций) [10].

Особое значение в рамках изучения кинодискурса приобретает анализ его лингвистической составляющей, в частности *кинотекста*. Согласно принятому в науке определению, *кинотекст* представляет собой целостное коммуникативное сообщение, выраженное посредством вербальных и невербальных знаков, организованное в соответствии с авторским замыслом, зафиксированное на носителе и предназначенное для аудиовизуального восприятия зрителем [11]. Важнейшим элементом кинотекста, обеспечивающим его смысловую и структурную целостность, выступает *кинодиалог*, который, как отмечает В.Е. Горшкова, напрямую создает образ киноперсонажа и выстраивает систему взаимоотношений между героями, что определяет успешность реализации кинообраза [10].

Это в свою очередь непосредственно обусловливает эмоциональную составляющую кинодискурса, которая во многом определяет глубину и специфику воздействия на эмоциональную сферу аудитории. Комплексный анализ способов выражения эмоций в кинотексте, как на вербальном уровне (через интонационные характеристики, лексический выбор и синтаксические конструкции диалогической речи), так и на аудиовизуальном (посредством музыкального сопровождения, цветового решения, операторских ракурсов и монтажа), позволяет выявить и описать механизмы эмоционального воздействия кинематографа на зрителя [6].

В этом контексте особую значимость приобретает изучение *эмотивной составляющей кинодискурса*, репрезентируемой посредством лингвистической категории эмотивности. Под *эмотивностью* понимается способность языковых единиц кодировать и передавать эмоциональные переживания и состояния, что делает её ключевым инструментом анализа языкового выражения аффективных состояний в кинотексте [4].

В рамках исследования эмотивного аспекта кинодискурса центральное место занимают эмотивные сюжетные единицы (ЭСЕ) – микротекстовые фрагменты, содержащие причину, начало эмоционального переживания и последующую реакцию персонажа в рамках коммуникативной ситуации. Данные единицы подразделяются на: *событийные*, в которых эмотивное поведение персонажа оказывает непосредственное влияние на развитие сюжета; и *характеризующие*, направленные на создание психологически достоверного образа языковой личности персонажа и раскрывающие его внутренний мир через эмоциональную реакцию [8].

В данной статье особенности реализации эмотивного аспекта в кинодискурсе рассматривается на примере британского телесериала *‘The Crown’,* в котором не просто описываются значимые исторические события и воссоздаются образы реальных исторических личностей, но и детально отображается внутренний мир героев (их чувства, эмоциональные состояния, переживания, страхи и психологические травмы). Многоплановость эмотивной составляющей этого сериала обеспечивается интеграцией разноуровневых художественных средств: вербальных (диалоги, речевые стратегии персонажей, интонационные модели) и невербальных (мимика, жесты, позы, пространственная организация кадра), что обусловливает необходимость комплексного лингвистического и семиотического анализа [9].

На протяжении всех сезонов телесериала прослеживается устойчивый эмотивный код, базирующийся на противоречии между институциональными обязанностями монарха и естественными человеческими потребностями (в любви, свободе, семейной близости), что оказывает существенное влияние на структуру и семантику кинотекста [14]. Данное противостояние выступает ключевым источником эмоциональной напряжённости произведения и определяет доминирующую палитру эмоциональных состояний персонажей. Особое место в эмотивном пространстве сериала занимают чувства вины и долга – как перед обществом в целом, так и в межличностных отношениях членов королевской семьи. Эти эмоции порождают внутренний конфликт и эмоциональную динамику [1].

Усиление эмотивного воздействия достигается также посредством включения в нарратив специальных эмоциональных триггеров – сюжетных единиц, маркированных драматическими событиями (гибель близких людей, переломные моменты истории) и провоцирующих интенсивный эмоциональный отклик у аудитории. Ключевую роль в реализации данного механизма играет актёрская игра, в частности, акцентированная работа с микромимикой: тонкие, едва уловимые выражения

лица передают внутреннее напряжение и конфликт при внешне невозмутимом поведении персонажа, что создаёт эффект психологической глубины и достоверности [14].

Визуальная составляющая кинодискурса также целенаправленно участвует в конструировании эмотивного плана сериала. Операторская работа и монтаж (резкие переходы между сценами для создания контраста эмоциональных состояний), композиционное решение кадра формируют визуальную семантику эмоций. Цветовая палитра выполняет дифференцирующую функцию: холодные тона (синий, серый) доминируют в сценах, транслирующих отчуждение, долг и официальность, тогда как тёплые оттенки (золотой, красный) актуализируются в эпизодах, связанных с личными переживаниями, страстями и межличностными конфликтами [8].

Звуковое сопровождение дополняет эмотивную структуру кинодискурса: оркестровый саундтрек и минималистичные музыкальные темы усиливают драматический эффект, а звуковые эффекты (тишина, эхо шагов, шум толпы) конструируют атмосферу напряжения, одиночества или публичности [14].

Таким образом, эмотивный код сериала реализуется через комплексную систему вербальных, невербальных и аудиовизуальных средств, объединённых общей драматургической логикой и направленных на создание многослойного эмоционального воздействия на аудиторию.

В рамках настоящего исследования особую актуальность приобретает анализ вербального уровня выражения эмотивности в кинодискурсе, поскольку он позволяет выявить языковые механизмы кодирования эмоциональных состояний и их воздействия. Согласно концепции Л.А. Пиотровской, категория эмотивности на уровне предложения реализуется посредством специальных лексических и морфологических маркёров, к которым относятся эмотивные существительные, глаголы, имена прилагательные и междометия [9]. В контексте сериала ключевыми эмотивами выступают *‘duty’* («долг»), *‘sacrifice’* («жертва»), *‘burden’* («бремя») и *‘sovereign’* («суверен/монарх»). Данные лексические единицы не только обозначают центральные концепты монархической идеологии, но и несут значительную эмоциональную нагрузку, актуализируя смыслы ответственности, самоограничения и институционального давления. В диалогической речи сериала активно задействуется эмоционально-оценочная лексика с ярко выраженной коннотацией, способная передавать тонкие оттенки отношения и состояния: *‘Yes, but he represents a royal family of carpetbaggers and parvenus, that goes back what?’*.

Помимо лексических средств, эмотивность в сериале выражается и на грамматико-синтаксическом уровне. Эмотивные синтаксические конструкции представляют собой модели, характеризующиеся выраженной эмоциональной окраской. Их основная функция заключается не в передаче информации, побуждении к действию или запросе данных. Вместо этого, они служат для выражения эмоциональной реакции говорящего на окружающую реальность, оценки коммуникативных ситуаций, собеседника и содержания его высказываний, а также для отражения общего эмоционального состояния [4].

Основополагающим принципом отражения эмотивности на синтаксическом уровне выступает включение эмоциональной сферы в когнитивно-коммуникативные процессы, что ведет к эмоциональному осмыслению ситуации и изменению грамматической структуры предложения. Как считает О.А. Турбина, эмотивные синтаксические формы используются в речевой деятельности импровизационным способом и имеют окказиональный, индивидуальный характер [12].

Л.А. Пиотровской были выделены следующие типы эмотивных синтаксических конструкций: *собственно эмотивные высказывания:* данный тип высказываний характеризуется прямым выражением эмоций говорящего без затрагивания других аспектов коммуникации. *Эмотивные высказывания, репрезентирующие эмоциональное состояние говорящего:* эксплицитное, так и имплицитное выражение внутреннего состояния говорящего, его переживаний и чувств. *Эмотивные высказывания, выражающие эмоциональное отношение* говорящего к конкретному объекту, явлению или событию [9]. Данные эмотивные значения передаются благодаря определенным категориям эмотивного синтаксиса, которые, как указывает Н.Н. Орлова, являются весьма продуктивными, так как располагают значительными экспрессивными возможностями, раскрывающимися через различные синтаксические приемы [7].

В рамках данного лингвистического анализа, проведенного на материале реплик британского телесериала *'The Crown',* был выявлен ряд синтаксических приемов, обладающих выраженной эмотивной функцией. Эти приемы способствуют созданию эмоциональной насыщенности и усилению экспрессивного воздействия на аудиторию.

Самым распространенным приемом являются ***повторы***, которые выступают характерным признаком эмоциональной речи, выделяя главную идею, которая напрямую относится к основной теме высказывания. Так, во время демонстрации коронации королевы был показан процесс помазания, который проводился с целью преподания монарху даров Святого Духа, необходимых для управления страной. Один из героев характеризует данный этап как: *'And now we come to the anointing, the single most holy, most solemn, most sacred moment of the entire service'.* Использованные эмотивные прилагательные *'holy, solemn, sacred',* а также синтаксический повтор модификатора превосходной степени сравнения *'the most'* в сочетании с параллельной конструкцией и обособлением подчеркивают священный характер таинства, придают эмоциональность речи и акцентирует наше внимание. В другой сцене сериала, посвященной обсуждению приезда матери герцога Эдинбургского в Букингемский дворец, принц Филипп был недоволен тем, что такие решения принимаются без учета его мнения: *'Let me give you some advice. Stop patronizing me! Stop interfering and stop meddling! Just stop. You know nothing'.* Стоит отметить, что в данном примере повторы, представленные глаголом *'stop'* в повелительном наклонении в сочетании с герундием, являются не только средством усиления недовольства и раздражительности говорящего, но и играют интонационно-ритмическую роль, создавая напряженный тон речи.

В сериале также затрагивается семейная драма премьер-министра Г. Макмиллана, вызванная изменами его жены на протяжении всего брака. В своих письмах к любовнику героиня Макмиллан не стеснялась выражать свое истинное отношение к мужу, которое передается в большей степени благодаря синтаксическим средствам: *'But I can't. I can't. I want only you. I've tried again with Harold. Tried and tried. I know, I know. I just can't. I can't have him touch me, be near me'.* Многократное повторение модального глагола *'can't'*, глаголов *'tried' и 'know',* наряду с парцелляцией подчеркивают сильную эмоцию неприязни и отвращения героини по отношению к своему мужу.

Следующий синтаксический прием выражения эмотивности – ***инверсия.*** Данный прием позволяет выделить более значимую информацию, вызывая соответствующую эмоциональную реакцию. Так, представленные ниже примеры раскрывают положительный эмотивный фон: *'And the heroic way you kicked that wretched*

fool out today, tail between his legs'. '…it was entirely heroic.' – наряду с включенными повторами *'heroic'* и метафоричным словосочетанием *'tail between his legs'* инверсия служит для интенсификации эмоции восхищения и удивления. Аналогичная функция инверсии присутствует и в следующем примере: *'Never have we received such a welcome,-or eaten so well. Never have I experienced such a willingness to set oneself free and enjoy….'* использование инверсионного порядка построения предложения с выдвижением наречия *'never'* на первое место способствует усилению эмфатического ударения, подчёркивающего исключительный статус описываемого места.

В дополнении к вышеперечисленным способам синтаксической передачи эмотивности была найдена ***парцелляция***, представленная в виде намеренного расчленения единой синтаксической структуры предложения на несколько пунктуационно и интонационно самостоятельных речевых единиц или фраз, направленных на чувственно-образное восприятие и эмоциональное осмысление поступающей информации [5]. Так, королева при разговоре с одним из своих советников затронула тему странного поведения премьер-министра, что вызывало у нее недоверие. С этим отношением тесно переплетаются чувство опасности и страха, которые были переданы через расчленение синтаксической структуры предложения в следующем примере: *'What are you suggesting that I do about it?….I'll keep an eye on him. Carefully. Closely. Minutely'.* Такое деление частей предложения характеризует категоричность высказывания, подчеркивает решимость и серьезность намерений. Схожая функция парцелляции присутствует и в другом примере: *'The Church does not recognize divorced persons. It's unkind. Discriminatory. Quite possibly unlawful'.* В этом предложении наряду с классической синтаксической организации текста, направленной на повышение его ясности и коммуникативной эффективности, концентрируется эмоциональное отношение недовольства и осуждения ситуации, связанной с брачными законами 1950-1960х годов [14].

Другой синтаксический прием – ***риторический вопрос*** – связан с переосмыслением грамматического значения высказывания в вопросительной форме, вызывающий доминирование эмоционального аспекта над логическим [5]. Как, например, в следующей реплике*: 'Who has done more damage to the monarchy? Me, with my willfulness, or you lot, with your inhumanity?'* Елизавета II столкнулась с трудным выбором в начале своего правления, когда ей пришлось отклонить просьбу Эдварда VIII. В ответ на это бывший король оскорбляет ее и употребляет риторические вопросы, напрямую указывая на ее бессердечность и жестокость. Данное синтаксическое средство не просто придало высказыванию эмфатичность, подчеркивая категоричное осуждение говорящего, но и побудило аудиторию к размышлению над правильностью его слов. В другом примере передается негативное отношение народа к правящим кругам: *'We put our trust in our ruling class. We put this great country in their hands! ... How do they pay back our trust? By taking us into an illegal war under false pretenses!'* В этом случае риторический вопрос, наряду с анафорой *'we put',* присоединив эмоциональный компонент к категоричному суждению, повышает осуждающий тон и служит для усиления выражаемого недовольства.

Следующий синтаксический прием ***полисиндетон***, который предполагает насыщение предложение союзами, в результате чего высказывание удлиняется и становится более экспрессивным и эмотивным. В сериале показана сцена личного разговора королевы с Жаклин Кеннеди, которая была щедра на похвалу, выражая свое почтительное отношение к монарху: *'As a woman, it's so inspiring. And what*

you just did in Ghana. It was just extraordinary. And the only reason I went was because I felt utterly useless in comparison to you. And I was trying to compete. And if anything, I owe you a huge debt of gratitude'. Применяя данный синтаксический прием в виде повтора соединительного союза *'and'*, сложилась не только целостная наглядно-образная картина взаимоотношений, но и повысилась динамичность и интенсивность эмоции восхищения и преклонения Жаклин Кеннеди перед королевой Елизаветой II.

В репликах героев сериала также присутствует антитеза в форме синтаксического параллелизма, благодаря чему усиливается эмоциональное воздействие высказывания, что создает драматический эффект, подчёркивая напряжение между противоположностями, в нашем случае между принцессами Дианой и Анной: *'Diana. The only other young female in the family, against whom I am now always compared. Lovely her, dumpy me. Smiling her, grumpy me. Charming her, awful me'*.

Таким образом, в построении эмотивного тона высказывания в кинодискурсе наравне с невербальными знаками (мимика, поза, жесты) участвуют все уровни языка, в том числе и синтаксический. Именно на данном уровне формируется экспрессивность, позволяющая слушателю не просто «прослушать» эмоцию, но «пережить, включиться в нее». По результатам нашего анализа в репликах персонажей британского сериала *'The Crown'* самыми частотными являются следующие синтаксические средства выражения эмотивности: повторы, инверсия и парцелляция.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Буянова, Л.Ю. Эмотивность и эмоциогенность языка: механизмы экспликации и концептуализации: монография / Л.Ю. Буянова М.: ФЛИНТА: Наука, 2016. 232 с.

2. Зайченко, С.С. К вопросу о знаковой неоднородности кинодискурса // Вестник ЧелГУ. 2013. №2 (293). С. 96-99.

3. Зарецкая, А.Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе / Вестник ЧелГУ. 2008. №16. С. 70-74.

4. Коростова, С.В. Поле эмотивности: структурно-семантическая типология микрополей / С.В. Коростова // Изв. Южного федерального унта. Филол. науки. – Ростов-на-Дону, 2010. № 3. С. 92-107.

5. Лаврова, А.А. Синтаксические особенности реализации эмоционального компонента в политической речи: на материале американских предвыборных теледебатов: автореф. дис. … канд.филол. наук / А.А. Лаврова. Нижний Новгород, 2010. 18 с.

6. Лотман, Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллинн: Александра, 1973 63 с.

7. Орлова, Н.Н. Языковые средства выражения эмоций: синтаксический аспект (на материале современной английской прозы): автореф. дис. … канд. филол. наук / Н.Н. Орлова. Ростов-на-Дону, 2009. 26 с.

8. Павловец, Г.С. О некоторых аспектах создания эмотивного «коммуникативного портрета» персонажа в сценариях и кинотекстах. Art Logos, №3 (16), 2021, С. 35-45.

9. Пиотровская, Л.А. Эмотивные высказывания как объект лингвистического исследования / Л.А. Пиотровская. СПб.: СПб. гос. ун-т, 1994 147 с.

10. Самкова, М.А. Кинотекст и кинодискурс: к проблеме разграничения понятий / Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2011. Вып. 1(8). С. 135-137.

11. Слышкин, Г.Г., Ефремова, М.А. Кинотекст: опыт лингвокультурологического анализа. М.: Водолей Publishers, 2004 153 с.

12. Турбина, О.А. Природа эмотивного синтаксиса и его категорий / О.А. Турбина // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. 2013. – Т. 10. – № 2. С. 4-9.

13. Шаховский, В.И. Лингвистическая теория эмоций / В.И. Шаховский. М.: Гнозис, 2008. 416 с.
14. Crown [телесериал] / прод.: Э. Итон, С. Долдри, Р. Фокс и др. ; реж.: Б. Карон, Ф. Мартин, К. Швохов и др. 6 сезонов. Великобритания, США; Left Bank Pictures, Sony Pictures Television; Netflix, 2016–2023.

THE ROLE OF EMOTIVE SYNTAX IN THE FORMATION OF THE EMOTIONAL PLAN OF FILM DISCOURSE IN THE TV-SERIES 'THE CROWN'

A.S. Dautova, A.F. Shamsutdinova
Bashkir State Pedagogical University named after M. Akmulla,
Ufa, Russia
aygule4ka@gmail.com, aliyashamsut@mail.ru

This article focuses on the study of syntactic forms used to express emotions in the dialogue in the British television series *'The Crown'*. The study aims to analyze the syntactic forms and structures employed by the main characters to verbalize and express their emotions. The article explores the structural and functional aspects of these linguistic devices, as well as their impact on the audience's perception of emotions.
Keywords: film discourse; film text; emotive vocabulary; emotiveness; syntax.

УДК [37.016:811.112.2]:81'373.4

METAPHORIK DER SPRACHDIDAKTIK IM BEREICH DES KLASSENMANAGEMENTS: VOM BILDSPENDER ZUM BILDEMPFÄNGER

О.Г. Дедович
Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка,
Минск, Республика Беларусь, olya-de@yandex.ru

Der vorliegende Artikel stellt eine systematische Metaphernanalyse im Bereich der Sprachdidaktik dar. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie abstrakte Konzepte des Klassenmanagements durch den Transfer aus verschiedenen Quellendomänen (Bildspender) in die Zieldomäne (Bildempfänger) neu gedeutet werden.
Schlüsselwörter: Sprachdidaktik; Klassenmanagement; Metaphernanalyse; Bildspender; Bildempfänger; Unterrichtsorganisation.

Das Forschungsinteresse zum Thema lässt sich dadurch erklären, dass das Klassenmanagement «als eine Schlüsselvariable "guten Unterrichts"» [2, S. 921] sowie als «ein zentraler pädagogischer Ansatz, der darauf abzielt, eine effektive und störungsarme Lernumgebung zu schaffen» fungiert [3, S. 230].

K. Meyer-Drawe weist darauf hin, dass viele Begriffe aus dem Bildungsfeld einen metaphorischen Gehalt haben. Beispielsweise, untersucht sie «die metaphorische Signatur der Begriffe "Bildung" und "Erziehung"» [5, S. 161]. Der Begriff Klassenmanagement ist auch durch metaphorische Spuren gekennzeichnet: «Der Terminus "Management" geht zurück auf den lateinischen Ausdruck ‚manum agere': ‚an der Hand führen'» [6, S. 17]. Die Etymologie des Führens manifestiert eine Form der Prozesssteuerung, die sich unmittelbar auf die Unterrichtsführung überträgt. Deutsche Begriffe wie Klassenführung, Klassenorganisation haben «seine Wurzeln <…> im angloamerikanischen Raum» [11, S. 24].

Die Wissenschaftler betonen, dass das Klassenmanagement «verschiedene Unterrichtsmerkmale bündelt» [9, S. 148]. Folglich dient das Klassenmanagement mehr als ein bloßes Disziplinierungsinstrument, denn «hat sich in Bezug auf mehrere Aspekte als sehr bedeutungsvoll erwiesen» [8, S. 259]. Dem H. Meyer nach soll das Klassen-oder Unterrichtsmanagement helfen, «mit den Schülern klar zu kommen, Störungen und Disziplinkonflikte zu begrenzen, die echte Lernzeit zu erhöhen und das Unterrichtsklima zu verbessern» [4, S. 32].

Man unterscheidet einige Basisdimensionen, auf die das Klassenmanagement den Fokus legt. Dazu gehören organisatorische Aspekte des Unterrichts, z. B. Reduktion bzw. Vermeidung von Störungen und Zeitmanagement [10, S. 853]; strukturierte, klare und störungspräventive Unterrichtsführung; unterstützendes, schülerorientiertes Sozialklima [1, S. 17]. B. Pfatschbacher zählt zu den «wichtigen Elementen des Klassenmanagers «Lehrperson, Lernende, Unterricht, Personen, Infrastruktur, Klassenklima» [7, S. 23].

Um die Komplexität des Bildempfängers systematisch zu entschlüsseln, lassen sich die entsprechenden Metaphern folgenderweise kategorisieren:

Ebene des Klassenmanagements ►

Unterthema, das den metaphorischen Kontext detailliert ►

Quelle der metaphorischen Expansion (Siehe Abbildung).

DIE METAPHORISCHE STRUKTUR DES KLASSENMANAGEMENTS

→ **Verhaltensmanagement**
- → Kommunikationsart
- → ‘Giraffe’ vs. ‘Wolf’
- → ‘Bremse’ vs. ‘Motoren’
- → Klassenklima
- → ‘Wetterbericht’
- → ‘Dusche’

→ Lärmkontrolle
- → ‘Chef’
- → ‘Wächter’
- → ‘Polizei’
- → ‘Ampel’

→ **Zeitmanagement**
- → Zeitverlust

→ ‘Teufel’

→ ‘Dieb’ / ‘Räuber’

→ Zeitressourcen

→ ‘Dschinni’

→ ‘Wächter’

→ **Organisation des Lernraums**

→ Tischanordnungen
- → ‘Fischgrät’
- → ‘Hufeisen’
- → ‘Schmetterling’
- → ‘Insel’

→ Studentransparenz

→ ‘Fahrplan’

Abbildung. Elemente der metaphorischen Struktur im Bereich des Klassenmanagements

Es wird betont, dass jede Ebene mehrstufig ist und jedem Unterthema verschiedene Bildspender zugrunde liegen. Die erste metaphorische Ebene des Verhaltensmanagements fokussiert die soziale Interaktion. Sie unterteilt sich in solche Unterthemen wie Kommunikationsart, Klassenklimas, Lärmkontrolle. Als Bildspender fungieren Bereiche, die im Alltag der Schüler fest verankert sind: Technik und Transport, Gesellschaft, Körperpflege, Natur (Tierwelt, Meteorologie).

Im Folgenden werden Beispiele näher betrachtet:

(1) die Giraffe ‘großes, pflanzenfressendes Säugetier mit sehr langem Hals und dem größten Herzen unter den Landtieren’ → *die Giraffensprache* ‘gewaltfreie, respektvolle und wertschätzende Kommunikation’ [15];

(2) *der Wolf* ‘Raubtier’ → *die Wolfsprache* ‘aggressive, konfliktreiche Kommunikation mit dem Lehrer oder mit anderen Schülern’ [15];

(3) *der Motor* ‘Kraft, die etwas antreibt’ → *die Gesprächsmotoren* ‘etwas, was ein Gespräch vorantreibt’ [12, S. 28];

(4) *die Bremse* ‘eine Vorrichtung, um die Geschwindigkeit von etwas zu verringern oder zu stoppen’ → *die Gesprächsbremsen* ‘Äußerungen, die ein Gespräch hemmend wirken und die Kommunikation erschweren’ [12, S. 28].

Solche metaphorische Gegenpaare dienen als diagnostische Werkzeuge eines förderlichen sowie störenden Kommunikationsverhaltens.

Die Metaphern aus dem Klassenklimasbereich spiegeln das emotionale Miteinander in einer Gruppe wieder. Einerseits übertragen sie die Variabilität des Wetters auf menschliche Psyche, andererseits fördern eine positive Feedbackkultur:

(5) *der Wetterbericht* ‘Wetteransage’ → *der Wetterbericht* ‘Ausdruck von Gefühlen und Wohlbefinden der Schüler in Form eines Wetterberichts (z. B., sonnig steht für zufrieden, wölkig steht für traurig und besorgt, gewitterig und stürmisch stehen für wütend usw.)’ [13];

(6) *die Dusche* ‘Vorrichtung zum Duschen’ → *warme Dusche* ‘eine große Menge von positiven Rückmeldungen, netten Botschaften bzw. Komplimenten’ [22].

Einige Metaphern „machen“ die Schüler zu Managern ihrer Lautstärke:

(7) *der Chef* ‘Leiter’ → *der Flüsterstimmenchef* ‘jemand, der während der Gruppenarbeit die Lautstärke kontrolliert’ [18];

(8) *der Wächter* ‘jemand, der etwas bewacht’ → *der Lautstärkewächter* ‘jemand, der auf die Einhaltung der Lautstärke achtet, damit andere Gruppen nicht gestört werden’ [19];

(9) *die Polizei* ‘Gruppe von der Polizei Angehörenden’ → *die Lautstärke-Polizei* ‘jemand, der die Lautstärke während der Diskussion reguliert’ [17];

Die nächste Metapher funktioniert als ein universelles nonverbales Symbol für die Lautstärkeregeln:

(10) *die Ampel* ‘Beleuchtungsanlage, die der Verkehrsregelung dient’ → *die Lärmampel* ‘ein nonverbaler Lautstärkeregler: rotes Licht ‘Gespräche sind verboten’; grünes Licht ‘Gespräche mit voller Stimme sind erlaubt’ [16].

Die zweite metaphorische Ebene des Zeitmanagements konzentriert sich auf die Zeit als ein wertvolles Eigentum, das geschützt werden muss. Die Unterthemen bilden hier eine Opposition zwischen dem Zeitverlust und dem Zeitgewinn, was Die Hauptbildspender sind märchenhafte sowie kriminologische Motive darstellen:

(11) *der Teufel* ‘Widersacher Gottes, dessen Reich die Hölle ist’ → *die Lernteufel* ‘etwas, was das Lernen erschwert, bestimmte Störungen im Lernprozess aufgrund von Unaufmerksamkeit, Vergesslichkeit, Unordentlichkeit der Schüler’ [21];

(12) *der Dieb* ‘Person, die fremdes Eigentum heimlich entwendet’ → *der Zeitdieb* ‘Zeitverlust im Unterricht’ [23];

(13) *der Räuber* ‘Person, die einen Raub begeht’ → *der Zeiträuber* ‘Zeitverlust im Unterricht’ [25].

Im Gegensatz dazu existieren auch positive Metaphern-Komposita, die als metaphorische Belohnungskonzepte genutzt werden:

(14) *der Dschinn* ‘böser Geist’ → *der Zeit-Dschinni* ‘etwas, was den Lernenden am Ende des Unterrichts Freizeitminuten bringt (konzentrierte Arbeit, keine Gespräche während des Unterrichts usw.)’ [24];

(15) *der Wächter* ‘jemand, der etwas bewacht’ → *der Zeitwächter* ‘jemand, der passt, dass die Gruppe die Zeit einhält’ [18].

Die dritte metaphorische Ebene der Lernraum- und Unterrichtsorganisation liefert Informationen über Aspekte der strukturellen Organisation des Unterrichts. Die Unterthemen umfassen die Raumgestaltung sowie die Stundentransparenz. Anschauliche metaphorische Bilder lassen sich aus den thematischen Gebieten Biologie, Geographie, Gebrauchsgegenstände ableiten. Jede Analogie steht für eine lernförderliche Sitzordnung:

(18) *der Schmetterling* ‘Insekt mit zwei mit feinen Schuppen bedeckten, farbigen Flügelpaaren’ → *der Schmetterling* ‘eine symmetrische Tischanordnung im Klassenzimmer in Form von zwei einander ansehenden Buchstaben "E"’ [20];

(16) *die Fischgräte* ‘dünner Stab im Muskelfleisch vieler Knochenfische’ → *die Fischgrätenbestuhlung* ‘Sitzordnung im Klassenzimmer, wenn Tische und Stühle schräg platziert werden’ [20];

19) *die Insel* ‘ringsum vom Wasser umgebenes Stück Land’ → *die Inseln* ‘autonome Lernorte in Form von zusammengeschobenen Gruppentischen für die Gruppenarbeit der Lernenden’ [20];

(17) *das Hufeisen* ‘in der Form dem äußeren Rand des Pferdehufs geschmiedetes Eisenstück’ → *das Hufeisen* ‘U-Form-Sitzordnung im Klassenzimmer mit genug Platz in der Mitte des Klassenraums für Sitzkreise oder Bewegungsspiele’ [20].

Um den abstrakten Unterrichtsverlauf in eine nachvollziehbare Struktur zu verwandeln, wird auf den Herkunftsbereich der Logistik zurückgegriffen:

(20) *der Fahrplan* ‘Übersicht, die den Fahrtverlauf eines Verkehrsmittels festlegt’ → *der Fahrplan der Stunde* ‘ein transparenter Ablauf einer Unterrichtsstunde’ [14].

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die metaphorische Struktur des Klassenmanagements auf Interaktion zweier Domänen basiert: dem Bildspender (dazu gehören konkrete Lebensbereiche wie Verkehr, Technik, Natur usw.) und dem Bildempfänger (abstrakte pädagogische Aspekte wie Disziplin, emotionale Atmosphäre, Raumgestaltung usw.). Dabei erfüllen die Metaphern der Sprachdidaktik unterschiedliche didaktische Ziele bzw. spezifische Funktionen (z.B., handlungsleitende, diagnostische), schaffen ein klares Orientierungssystem (positiv ↔ negativ, Störfaktoren ↔ Belohnung usw.), das hilft, eigenes Verhalten zu reflektieren und ein wertschätzendes Miteinander gezielt zu fördern. Es handelt sich nicht um statisches, sondern um ein offenes System, das kontinuierlich durch neue sprachliche Bilder ergänzt wird.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Eichhorn, C. Classroom-Management – damit es im Unterricht rund läuft / C. Eichhorn // zeitnah : Magazin des VBE Niedersachsen / VBE Bremen. – 2013. – № 11–12. – S. 17-19.

2. Gehrmann, M.-L. Entwicklung und Güteprüfung eines Selbsteinschätzungsbogens zu Performanzen im Klassenmanagement von (angehenden) Lehrkräften / M.-L. Gehrmann, E. Gerlach, T. Linka [u.a.] // Zeitschrift für Erziehungswissenschaft. – 2025. – №4. – S. 921-950.

3. Langnickel, R. Classroom Management bei Verhaltensproblemen in der Schule / R. Langnickel, P. Hagmann-von Arx, T.Bolz [u.a.] // Bildung für alle stärken. Ein Handbuch für die evidenzbasierte Entwicklung inklusiver Schulen / Hrsg.: M. T. Wicki, M. R. K. Törmänen. – Bad Heilbrunn : Verlag Julius Klinkhardt, 2025. – S. 221-235.

4. Meyer, H. Was ist guter Unterricht? / H. Meyer. – 15. Aufl, 3. Druck. – Berlin : Cornelsen Verlag GmbH, 2022. – 192 S.

5. Meyer-Drawe, K. Zum metaphorischen Gehalt von «Bildung» und «Erziehung» / K. Meyer-Drawe // Zeitschrift für Pädagogik . – 1999. – 2 (45). – S. 161-175.

6. Müller, U. Kann man Bildung managen? / U. Müller // Wert und Werte im Bildungsmanagement. Nachhaltigkeit – Ethik – Bildungscontrolling / Hrsg.: G. Schweizer, U. Müller, T. Adam. – Bielefeld : Bertelsmann, 2010. – S. 13-26.

7. Pfatschbacher, B. (M)eine Klasse erfolgreich leiten : Classroom Management in der Volksschule / B. Pfatschbacher. – Linz : Veritas, 2013. – 80 S.

8. Schönbächler, M.-T. Inhalte von Regeln und Klassenmanagement / M.-T. Schönbächler // Schweizerische Zeitschrift für Bildungswissenschaften. – 2006. – № 28. – S. 259-273.

9. Seidel, T. Klassenführung / T. Seidel // Pädagogische Psychologie / Hrsg.: E. Wild, J. Möller. – Wiesbaden: Springer VS Verlag, 2009. – S. 135-148.

10. Steffensky, M. Unterrichtsqualität als Gegenstand der Lehrerinnen- und Lehrerbildung / M. Steffensky, A.-K. Praetorius // Handbuch Lehrerinnen- und Lehrerbildung / Hrsg.: C. Cramer, J. König, M. Rothland. – 2. Aufl. – Bad Heilbrunn : Klinkhardt utb, 2025. – S. 851-858.

11. Wannack, E. Classroom management. Unterrichtsgestaltung in der Schuleingangsstufe / E. Wannack, K. Herger. – Bern : hep verlag ag, 2014. – 60 S.

12. Berghaus, C. Deutschbuch 1 : Sprach-und Lesebuch / C. Berghaus, G. Biermann, U. Campe. – Berlin : Cornelsen Schulverlag, 2012. – 320 S.

13. Der Wetterbericht – Gefühle ausdrücken // Eduki. – URL: https://eduki.com/de/material/296304/ (date of access: 03.08.2025).

14. Fahrplan einer Stunde // Eduki. – URL: https://eduki.com/de/material/217922/ (date of access: 29.07.2025).

15. Giraffen-und Wolfssprache // Eduki. – URL: https://eduki.com/de/material/335679/ (date of access: 03.08.2025).

16. Lautstärkeampel / Lärmampel // Eduki. – URL: https://eduki.com/de/material/1031581/ (date of access: 03.08.2025).

17. Lautstärke-Polizei // Eduki. – URL: https://eduki.com/de/material/1086842/ (date of access: 03.08.2025).

18. Rollenkarten – Kooperatives Lernen // Eduki. – URL: https://eduki.com/de/material/444086/ (date of access: 03.08.2025).

19. Rollenkarten für die Gruppenarbeit // Eduki. – URL: https://eduki.com/de/material/674125/ (date of access: 03.08.2025).

20. Sitzordnungen für die Schule inkl. Sitzplan-Vorlagen zum Ausdrucken // Mein Unterricht. – URL: https://www.meinunterricht.de/blog/sitzordnung-schule-sitzplan-vorlagen/ (date of access: 03.08.2025).

21. Übergänge gestalten – Ankommen an der neuen Schulart // Donau Gymnasium. – URL: https://donau-gymnasium.de/?p=5368 (date of access: 03.08.2025).

22. Warme Dusche – eine Methode, um das Selbstwertgefühl zu steigern // Eduki. – URL: https://eduki.com/de/material/229843/ (date of access: 03.08.2025).

23. Zeitdieb für laute Klassen // Eduki. – URL: https://eduki.com/de/material/53876/ (date of access: 03.08.2025).

24. Zeit-Dschinni. Verstärkersystem für Stillarbeitsphasen // Eduki. – URL: https://eduki.com/de/material/295060/ (date of access: 03.08.2025).
24. Zeiträuber – Umgang mit Störungen im Unterricht // Eduki. – URL: https://eduki.com/de/material/736450/ (date of access: 03.08.2025).

METAPHORICS OF LANGUAGE DIDACTICS IN THE FIELD OF CLASS MANAGEMENT: FROM IMAGE DONOR TO IMAGE RECIPIENT

O.G. Dedovich
Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank
Minsk, The Republic of Belarus, olya-de@yandex.ru

This article presents a systematic metaphor analysis in the field of language didactics. The focus is on the question of how abstract concepts of class management are reinterpreted by the transfer from different source domains (image donors) to the target domain (image recipients).
Keywords: language didactics; class management; metaphor analysis; image donor; image recipient; lesson organization.

УДК 811

THE COMMUNICATIVE APPROACH: COMMUNICATIVE COMPETENCE AS THE GOAL OF ENGLISH TEACHING PRACTICE

Xiangtian Zhao
Mozyr State Pedagogical University named after I.P. Shamyakin
Mozyr, , xiangtianzhao@gmail.com

The communicative approach aims to improve students' communicative competence, with its theoretical basis evolving from D. Hymes' proposal to many contemporary scholars. It encounters practical challenges in English classrooms worldwide, especially in Chinese EFL settings, due to teacher-centered discourse, limitations of pre-service teachers, and contextual factors, requiring implementation tailored to specific contexts.
Keywords: Communicative approach; communicative competence; Communicative Language Teaching (CLT); EFL teaching; classroom discourse.

The communicative approach focuses on developing students' communicative competence as its main goal. Its foundational theoretical framework evolved from D. Hymes' conceptual proposal to models by M. Canale and M. Swain, as well as L. F. Bachman, and has been expanded through recent research, including work by N. Taguchi and R. Thomson.

Building on a critique of N. Chomsky's narrow definition of linguistic competence, which was limited solely to grammatical correctness, D. Hymes proposed that communicative competence should include four dimensions: possibility, feasibility, appropriateness, and actual use, highlighting the social and contextual aspects of language use [1, c. 281-285]. The main value of his theory lies in moving away from N. Chomsky's idealized assumptions of an "ideal speaker-listener" and a "homogeneous speech community" [2, c. 3-4]. D. Hymes incorporated grammatical rules and usage rules within the framework of communicative competence, creating a model based on four key questions: (1) whether (and to what extent) something is formally possible; (2) whether (and to what extent) it is feasible; (3) whether (and to what extent) it is appropriate; (4) whether (and to what extent) it is done [1, c. 277]. These four dimensions relate to the individual's linguistic system, psycholinguistic capacity, the nature of communication, and the diverse qualities of language use, respectively. By combining the social func-

tions of language with individuals' language-use skills, D. Hymes established the theoretical foundation for developing communicative competence and shifted language teaching from simply transmitting grammatical knowledge to practical language use, thereby laying the groundwork for fostering communicative competence in language education [3].

Building on D. Hymes' foundational work, C. B. Paulston further clarified communicative competence for language teaching by distinguishing it from simple linguistic interaction. She defined it as the mastery of "social rules of language use" that regulate both referential meaning (sharing information) and social meaning (social appropriateness). She emphasized that this distinction is crucial for language educators, as failing to recognize social meaning can lead to cross-cultural communication failures, as illustrated by her story of mistakenly scolding her Swedish sister-in-law for "bad manners" when using American conversational norms in Swedish social settings (e.g., expecting third-party introductions instead of direct self-introductions) [3]. C. B. Paulston also criticized common misunderstandings of communicative competence among language teachers, pointing out that equating it with "spontaneous expression" overlooks the cultural and situational factors that influence effective communication.

M. Canale and M. Swain initially developed a classic four-dimensional model of communicative competence, which includes grammatical competence, sociolinguistic competence, discourse competence, and strategic competence, with discourse competence added by M. Canale in 1983[4]. While building on D. Hymes' theory, this model has certain limitations. Its sociolinguistic component overemphasizes the "appropriateness" aspect from D. Hymes' framework, limiting the concept of appropriateness to specific contexts and somewhat neglecting the development of linguistic forms (i.e., grammatical accuracy) needed to fulfill communication functions [3]. Nevertheless, the model by M. Canale and M. Swain bridged the gap between theory and practical application. Their proposed guiding principles for the communicative approach, including authenticity, practice versus real-world language use, personalization, and legitimacy, closely align with the ten principles outlined by the Centre for Information on Language Teaching and Research (CILTR), the main British agency for language teaching and research [4]. This was the first major integration of communicative competence theory with practical language teaching, offering direct theoretical guidance for classroom practice in Communicative Language Teaching (CLT) [3].

Building on M. Canale and M. Swain's model, L. F. Bachman further refined and expanded the subdimensions of communicative competence, proposing the Communicative Language Ability (CLA) framework, which includes language competence, strategic competence, and psychophysiological mechanisms [5]. His research focused on the impact of strategic competence on language test performance and its measurement. From the perspective of communicative language teaching, L. F. Bachman's model clarified the functional logic of the three core competencies. Language competence serves as the tool for communication, psychophysiological mechanisms provide the channels and modes for communication, and strategic competence determines the most effective means to achieve communicative goals [3]. Language competence can be further divided into organizational competence and pragmatic competence. Organizational competence includes grammatical competence and textual competence, while pragmatic competence involves the ability to apply pragmatic conventions and sociolinguistic norms. This division clarifies the structure of communicative competence and offers more specific guidance for the targeted development of various competencies in classroom teaching [3].

The development of communicative competence theory has progressed through three main stages: initiation, supplementation, and application. It began with D. Hymes' pioneering work, was followed by M. Canale and M. Swain's model enhancement [4] and culminated in L. F. Bachman's framework expansion. This evolutionary process reflects not only advances in linguistic theory but also a response to the growing communicative needs of individuals amid the global spread of English [3]. W. Littlewood further explains that this development was driven by two interconnected perspectives: a communicative view of language (what we learn), emphasizing language functions, and a communicative view of learning (how we learn), focusing on natural acquisition processes [6]. These perspectives gave rise to the widely recognized "weak" and "strong" versions of CLT. The "weak" version emphasizes controlled practice and analytic learning, offering a more familiar and less demanding framework for teachers, and is the most common in published course materials [6]. Conversely, the "strong" version asserts that participation in communication alone suffices for learning, thereby excluding traditional techniques such as drills and explicit explanations [6]. This distinction is fundamental to our communicative-cognitive framework, as it underscores that teachers' cognitive choices about which approach or combination of approaches to adopt are central to their professional competence in any given context.

With the rise of Communicative Language Teaching (CLT) in the 1970s, the focus on how to achieve communicative competence in teaching settings became a key research issue. L. F. Bachman's model, which identifies organizational, pragmatic, and strategic competence as the three main pillars, has since served as the main theoretical framework for developing students' communicative skills in CLT, providing vital guidance for designing and implementing subsequent classroom instruction [3].

Contemporary research has further expanded understanding of the communicative approach. N. Taguchi highlighted pragmatic competence, which is the main challenge in developing communicative skills, and proposed specific strategies for cross-cultural communication [7]. R. Thomson transformed communicative competence into classroom discourse competence, emphasizing the importance of teachers' discourse in organizing instruction and fostering students' communicative abilities [8]. C. Jewitt extended this concept to the multimodal field, addressing new communication features in the digital age [9]. Classrooms have long served as controlled environments for studying patterns of conversational interaction, and research consistently indicates that control is centralized [11]. Specifically, teachers dominate classroom conversations, accounting for 80%–95% of total class time. Regarding interaction control, teachers initiate 90% of questions, make 90% of structuring moves, and produce 70%-80% of reactive moves, while students only generate 70%-80% of responses without initiating conversations, setting topics, or repairing misunderstandings [10]. Furthermore, teachers remain the central figures in classroom interactions, often forming a wheel-spoke structure with teachers at the hub, acting as initiators while students respond passively. This pattern is consistent across grade levels and underscores the practical challenge of developing communicative competence in traditional classrooms. Students lack sufficient authentic interaction opportunities and metalinguistic awareness development, which reduces communicative competence training to a mere formality.

The main contribution of the communicative approach to teachers' professional competence research is clarifying the external focus of teaching practice. This approach requires teachers to possess comprehensive skills to design and implement communicative teaching activities and to prioritize developing students' communicative competence in all teaching behaviors. To address the practical challenge of classroom conver-

sational interaction, S. A. Bernhardt noted that cultivating students' communicative competence must break away from traditional "rules" of classroom discourse [11]. Students cannot acquire real language and communication skills through passive listening or merely reciting answers to teachers' questions. Teachers need to take practical steps to help students understand how conversation works and develop the skills necessary to become "good talkers," which provides clear and practical expectations for applying the communicative approach in the classroom [10].

In the Chinese EFL teaching context, students' development of communicative competence is also restricted by traditional classroom discourse patterns. Successful teachers overcome this challenge by combining communicative teaching methods with engaging classroom activities [12]. This issue of fostering real communication is not unique to China. For example, when teaching Russian to international medical students in Belarus, using specialized literary texts proves effective in moving beyond textbook dialogues and immersing students in authentic, professional language use and ethical dilemmas relevant to their future careers [13]. This demonstrates that communicative competence, especially in professional settings, depends on access to and involvement with real materials that mirror the complexities of actual language use. In a case study at a Chinese university, Miss H viewed the EFL teacher's role as a "tour guide" in students' language learning. She emphasized helping students develop communicative skills and autonomous learning strategies while creating ample opportunities for classroom interaction, thus enabling students to practice language skills through communicative activities in an environment where daily exposure to English is limited [18]. This teaching approach not only aligns with the primary goal of the communicative method but also addresses the real needs of Chinese EFL learners, showing how communicative competence theory can be applied within China's specific context.

The development of students' communicative skills in communicative language teaching not only faces the challenge of teacher-led classroom discussions [10], but is also limited by pre-service teachers' perceived abilities and teaching visions [14]. Although pre-service EFL teachers generally understand the importance of developing students' communicative skills and consider "communicatively competent" as one of the key expected learning outcomes, their lack of instructional strategies and classroom management skills hampers their ability to effectively design and carry out student-centered communicative activities in real teaching settings [14]. For instance, their incompetence in working with diverse groups and motivating students will directly impact the fairness and effectiveness of communicative activities, causing the development of students' communicative skills to remain at the stage of "theoretical recognition but practical inability" [14].

The development of communicative competence among pre-service non-English-major teachers faces additional challenges due to their learning environment and motivation traits [15]. Hong Kong pre-service Chinese teachers, despite having strong instrumental and integrative motivation to learn English, tend to be passive in communicative classroom activities. They only answer questions when called on by teachers, are hesitant to volunteer responses, and focus more on academic English than real-life language use [15]. This passivity results from cultural factors (e.g., viewing uninvited answers as impolite) and language anxiety, which lead to fewer opportunities for authentic communicative practice. To address this, the communicative approach should be adapted for these groups: for example, creating low-anxiety communicative tasks (e.g., small-group discussions instead of whole-class presentations) and using authentic language materials related to their future teaching careers (e.g., English academic writing

for educational research), thereby increasing their willingness to participate in communicative practice while supporting their instrumental motivation [15].

The development of teachers' communicative competence is also shaped by cross-cultural educational settings and system requirements [16]. Catalan primary teachers, working in a multicultural classroom environment with 14.1% foreign students [16], emphasize cross-cultural communication skills and inclusive interaction in their teaching. For instance, they implement "reception classrooms" to provide personalized linguistic and cultural support to immigrant students, which requires teachers to master multilingual communication techniques and culturally responsive teaching methods [16]. Conversely, Chinese primary teachers, working in relatively homogeneous cultural contexts and larger classes (35-45 students per class), focus more on managing effective classroom communication—such as organizing group discussions to encourage equal participation and using clear verbal expression to deliver knowledge efficiently [16]. These differences highlight that the communicative approach must be adapted to contextual factors like cultural diversity, class size, and educational goals.

The development of communicative competence in Chinese EFL classrooms faces significant challenges due to gaps between teachers' perceptions and their actual teaching practices. While 71.2% of in-service teachers agreed that fostering students' cultural awareness is a key goal of communicative teaching, only 42.7% actively incorporated cultural elements into their classroom activities [17]. Similarly, although 69.4% of teachers recognized the importance of organizing communicative activities, their practices were often limited to textbook reading and basic writing tasks, with few opportunities for genuine listening, speaking, or interactive communication [17]. This gap results from several factors: large class sizes that hinder personalized communicative practice, exam-focused pressure that emphasizes linguistic accuracy over communication, and teachers' limited pedagogical content knowledge to effectively design communicative tasks [17]. To address this, the communicative approach in Chinese EFL teaching needs adaptation: for example, creating scalable communicative activities suitable for large classes, integrating exam preparation with communicative practice, and improving pre-service training in designing communicative tasks and classroom management [17].

Implementing communicative language teaching (CLT) in primary education presents unique challenges. I. Anić reports that although teachers in her study recognize the importance of developing young learners' communicative competence, they often struggle to design tasks that balance linguistic accuracy with meaningful interaction [18]. This is especially true in classrooms with mixed-age groups or students who speak different first languages. Her findings echo W. Littlewood's concerns about the gap between CLT principles and actual classroom practices, emphasizing the need for a communicative-cognitive framework that equips teachers with both strategic and reflective skills [18].

In summary, the communicative approach has continuously developed in both theory and practice, while its primary goal of building communicative competence stays unchanged. Despite various challenges across different teaching settings, adapting the approach to specific educational contexts, enhancing teachers' skills, and offering genuine opportunities for communication will effectively support its implementation. This will help students truly develop practical language skills and meet the demands of cross-cultural communication worldwide.

REFERENCES

1. Hymes D. On communicative competence / D. Hymes // Sociolinguistics / ed. by J. B. Pride, J. Holmes. - Harmondsworth: Penguin Books, 1972. - P. 269–293.

2. Chomsky N. Aspects of the theory of syntax / N. Chomsky. – Cambridge, MA : MIT Press, 1965. – 234 p.

3. Paulston C. B. Linguistic and communicative competence / C. B. Paulston // TESOL Quarterly. - 1974. - Vol. 8, № 4. - P. 347–362.

4. Canale M. Communicative competence in second language learning and teaching / M. Canale, M. Swain // Applied Linguistics. - 1980. - Vol. 1, № 1. - P. 47–67.

5. Bachman L. F. Components of communicative competence / L. F. Bachman // Fundamentals of Language Testing / L. F. Bachman. - Oxford: Oxford University Press, 1990. - P. 84–107.

6. Littlewood W. Developing a Context-Sensitive Pedagogy for Communication-Oriented Language Teaching / W. Littlewood // English Teaching (Korea). - 2013. - Vol. 68, № 3. - P. 3–25.

7. Taguchi N. Second Language Pragmatic Competence / N. Taguchi. - London: Routledge, 2019. - 280 p.

8. Thomson K. Classroom discourse competence: Current issues in language teaching and teacher education / K. Thomson. – Tübingen: Narr Francke Attempto, 2022. – 260 p.

9. Jewitt C. Multimodality and communicative competence in language teaching / C. Jewitt // Language Teaching Research. - 2022. - Vol. 26, № 3. - P. 389–405.

10. Dunkin M. J. The Study of Teaching / M. J. Dunkin, B. J. Biddle. - New York: Holt, Rinehart, and Winston, 1974. - 512 p.

11. Bernhardt S. A. Teaching English: Conversational Competence / S. A. Bernhardt // The Clearing House. - 1993. - Vol. 66, № 4. - P. 196–197.

12. Huang Z. What Makes a Successful EFL Teacher in China? A Case Study of an English Language Teacher at Nanjing University of Chinese Medicine / Z. Huang // English Language Teaching. - 2010. - Vol. 3, № 3. - P. 20–28.

13. Yunash M. V. Khudozhestvennyy tekst v professional'no orientirovannom obuchenii inostrannykh studentov (na materiale rasskaza A.P. Chekhova «Pervyy debyut») / M. V. Yunash // Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikatsiya: sovremennye vektory razvitiya. - Pinsk: PolesGU, 2019. - S. 204–210.

14. Yüksel H. G. Teachers of the future: Perceived teaching competences and visions of preservice English language teachers / H. G. Yüksel // International Journal of Human Sciences. - 2014. - Vol. 11, № 2. - P. 27–39.

15. Wong R. Motivation and strategies to learn English: the case of pre-service teachers of Chinese / R. Wong // Asian ESP Journal. - 2007. - Vol. 3, № 2. - P. 68–82.

16. Ding S. Comparing the key teacher competencies and the training process between China and Catalonia: Ph.D. Thesis / S. Ding; Universitat Autònoma de Barcelona. - Bellaterra, 2016. - 256 l.

17. Zhan S. Changes to a Chinese pre-service language teacher education program: analysis, results, and implications / S. Zhan // Asia-Pacific Journal of Teacher Education. - 2008. - Vol. 36, № 1. - P. 53–70.

18. Anić I. Teacher competences for teaching EFL in primary school grades: Master's thesis / I. Anić; University of Sarajevo, Faculty of Philosophy, Department of English Language and Literature. - Sarajevo, 2023. - 120 l.

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОДХОД: КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ КАК ЦЕЛЬ ПРАКТИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Чжао Сянтянь

Мозырский государственный педагогический университет имени И.П. Шамякина, Мозырь, Беларусь, xiangtianzhao@gmail.com

Коммуникативный подход повышает коммуникативную компетентность учащихся; его теория развилась от идей Д. Хаймза до работ многих ученых. Он сталкивается с трудностями в английских классах по всему миру, особенно в Китае, из-за доминирования

учителя, ограниченности молодых педагогов и факторов контекста, требующих адаптации.

Ключевые слова: коммуникативный подход; коммуникативная компетентность; Коммуникативное языковое обучение (КЛО/CLT); Обучение английскому языку как иностранному (EFL); Классовый дискурс

УДК 811.111

ЗАМЕЩЕНИЕ В СТРУКТУРЕ АНГЛИЙСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ: ОТ АНАФОРЫ К УПРАВЛЕНИЮ ДИСКУРСОМ

В.С. Есаян
Пятигорский государственный университет
Россия, gazaryanvs@mail.ru

В статье рассматривается функционально-семантическая категория замещения как механизм организации поверхностной структуры английского предложения в русле дискурсивно-ориентированного синтаксиса. Цель исследования – уточнить статус замещения не как тактического средства избегания повтора, а как стратегического ресурса обеспечения когезии и компрессии пропозициональной информации.

Ключевые слова: субституция; когезия; дейксис; пропозициональная компрессия; референциальная цепочка; грамматика дискурса.

В классической грамматике английского языка (в частности, в работах О. Есперсена, Р. Кверка, Г. Свита) замещение (substitution) традиционно рассматривается в ряду средств избегания лексического повтора наряду с эллипсисом и проформами. Исследователи XX века, как правило, описывали one, do so, the same как анафорические «заполнители позиции» (slot-fillers) в синтагматической цепи. Однако накопленный за последние десятилетия материал в области прагматики, корпусной лингвистики и грамматики текста (T. Givón, M.A.K. Halliday, R. Hasan, W. Chafe) требует пересмотра монофункционального подхода [6; 7; 9].

Современная лингвистика все чаще отказывается от представления о предложении как самодостаточной единице и рассматривает его как шаг в интерактивной или нарративной последовательности. В этом контексте функция замещения обретает новые черты. Настоящая статья ставит своей целью доказать, что замещение в современном английском предложении — это не просто механизм экономии, а сложный оператор управления вниманием адресата, участвующий в смене фокусов пропозиции и конструировании иерархии смыслов.

В структурной традиции замещение определялось как отношение между двумя однотипными синтаксическими позициями, где вторая представлена лексемой-заместителем (pro-form). Халлидей и Хасан (1976) разграничили три основных типа в системе когезии:

1. Номинальное замещение (one/ones, the same);
2. Глагольное замещение (do так, do it, do that);
3. Клаузальное (пропозициональное) замещение (so, not).

Данная классификация обладает веским ограничением: она привязана к линейной модели предложения и не учитывает, что один и тот же заместитель (so) может закрывать как глагольную фразу, так и целое условное предложение в зависимости от интенции говорящего. Например:

(1) *He said the meeting was canceled, and indeed so it was* – здесь ‘so’ замещает

предикативную часть canceled.

(2) *Will it rain? I believe so* – замещает целую пропозицию.

Современный взгляд (см. работы Д. Бибера, 2019) предлагает рассматривать замещение как операцию пропозиционального лакунарного отклика (propositional gap-filling). То есть заместитель создает в синтаксической структуре «место ожидания» (slot of expectancy), которое слушающий заполняет путем извлечения из предшествующего дискурса референта или отношения. Это радикально меняет сущность функции: теперь замещение – не передача формы, а акт извлечения смысла по шаблону [5].

Ключевая черта замещения в английском предложении, отличающая его от эллипсиса, – обязательная остаточная дейктичность [4]. Даже анафорический one в позиции постмодификатора сохраняет указательный потенциал, требуя от адресата выбора из множества возможных антецедентов:

(3) *I lost my pen. May I take the black one?*

В рассматриваемом предложении местоимение-субститут one выполняет не дейктическую (указательную), а анафорически-классифицирующую функцию. Оно отсылает не к уникальному физическому объекту (token), а к типу (type) — классу «ручек». Этот дистинктивный переход от типа к знаку заключается в следующем: one выделяет один экземпляр внутри класса, замещая исчисляемое существительное, но не вводя индивидуальных характеристик объекта. Таким образом, one закрепляет грамматическую категорию единственности внутри класса, выступая про-формой.

Особый интерес представляет феномен проективного замещения (cataphoric substitution), который ранее считался периферийным, но активно изучается в когнитивной грамматике Р. Лангакера. Речь идет о контекстах, где заместитель появляется раньше своего «наполнителя»:

(4) *If you need one, I have a spare umbrella.*

В данном случае one проецирует будущую номинацию (umbrella) и выполняет функцию синтаксического антиципатора. Функция замещения здесь – смягчить жесткость английского артиклевого согласования и подготовить реципиента к введению новой, но типологически уже предсказуемой номинации.

Следовательно, мы имеем дело не с жесткой анафорой, а с дейктическим континуумом: от анафорического замещения (фоновое знание) через ситуативное (интерсубъективная опора) к катафорическому (управление ожиданием) [4; 8].

Отметим также, что в учебной литературе нередко смешивают нулевое замещение (эллипсис) и лексическое замещение. Однако с точки зрения функциональной нагрузки различие принципиально. При эллипсисе происходит полное отсутствие звукового или графического субститута, и восстанавливаемая структура обязана совпадать с антецедентом грамматически (например, *She speaks French, but he doesn't* – глагольная группа нулевая). При лексическом замещении используется маркер (do), который снимает требование формального тождества [7]:

(5) *She drove more carefully than he did.*

Заместитель did здесь восстанавливает не глагол drove, а целый паттерн «способа вождения», допуская вариативность (он мог ехать медленнее, но необязательно идентичным образом).

Для современного английского языка этот фактор становится критическим: замещение всё чаще используется в режиме приблизительного таксиса (approximate taxis), где функцией является не копирование формы, а фиксация соответствия по типу action-to-action mapping (когнитивная карта действия). Эмпирические данные

COCA (Corpus of Contemporary American English) показывают, что в устных жанрах (ток-шоу, подкасты) do so в 63% случаев относится к антецеденту, который не является строго идентичным по видовременным параметрам [5].

В сложном предложении (гипотаксис и паратаксис) замещение выступает как инструмент перераспределения семантического веса [9]. Рассмотрим классическую модель с клаузальным so:

(6*) It was raining, but they didn't know so (so = that it was raining).*

Без замещения пришлось бы вводить придаточное дополнительное. Благодаря so главная клауза (they didn't know) аккумулирует в себе периферийную пропозицию, однако при этом возникает любопытный эффект: рематическая доминанта смещается с погоды на состояние знания субъекта. Иными словами, функция замещения – не просто уменьшить длину, но осуществить информационное взвешивание (information weighing), убрав один пропозициональный модус на периферию сознания адресата.

В случае с the same в придаточных сравнения:

(7) *The system behaved exactly the same as the previous model had.*

Здесь the same выполняет функцию не анафорического, а параметрического замещения: не замещает существительное behavior, а имплицирует всю совокупность признаков работы системы. Это сближает замещение с операторами абстракции в логической семантике [6].

Тезис, требующий дальнейшего исследования, но уже подтверждаемый данными кросс-культурной прагматики: частота и тип замещения коррелируют с коммуникативным режимом. Так, английский язык в сравнении, например, с русским значительно чаще использует глагольное замещение (do that/do so) в ситуациях, где русский употребит повтор глагола или нулевой эллипсис [3]. Причина не в лексической бедности, а в ориентации английского синтаксиса на поддержание линейной тематической последовательности (linear thematic progression). Заместитель становится своеобразным связующим звеном или «швом» (suture), который гарантирует, что рематический шаг в новом предложении будет сделан без возврата к полной номинации [1].

На уровне текста цепочки субститутов (it – one – do so) формируют референциальные пути, по которым движется внимание читателя. Интересно, что нарушение этих цепочек (например, замена one на полную NP) интерпретируется носителями как сигнал смены топика или эмоционального выделения. Следовательно, функция замещения включает маркирование единой неразрывной нормы – невынужденного, фонового способа связывания предложений, тогда как полные повторы сигнализируют об остановке или эмфазе [10].

Проведенный анализ позволяет пересмотреть традиционное понимание замещения как вторичного анафорического средства. В синтаксисе современного английского предложения категория замещения выполняет следующие функции:

1. Регулятор информационного веса – переводит повторяющиеся компоненты в разряд операциональных маркеров.
2. Дейктический контроллер – поддерживает фокус внимания на референциальной цепочке без жесткой номинативной привязки.
3. Клаузальный компрессор – замещает целые пропозиции в составе сложного предложения, перераспределяя актуальное членение.
4. Маркер дискурсивного режима – кодирует различие между фоновым связыванием и тематическим сдвигом [2].

Перспективным представляется изучение замещения в мультимодальных кор-

пусах (жест + вербальный заместитель), а также сопоставительный анализ функции замещения в английском и языках с иной структурой актуального членения. Понимание замещения не как грамматического предписания, а как когнитивно-прагматической стратегии открывает новое направление в изучении синтаксиса естественного языка – микросинтаксис ожидания (microsyntax of anticipation).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Блох, М.Я. Теоретическая грамматика английского языка [проблемы морфологии и синтаксиса]: учебник. – М.: Высшая школа, 2000. – 381 с.

2. Дьяконова, С.А. Субституция и эллипсис грамматической основы в относительных придаточных предложениях с присоединительной связью на материале англоязычного научно-публицистического экономического дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2025. – Т. 18. – С. 3975-3984.

3. Колшанский, Г.В. Коммуникативная функция и структура языка. – 3-е изд. – М.: ЛКИ, 2007. – 176 с.

4. Кубрякова, Е.С**.** Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.

5. Biber, D., Johansson, S., Leech, G., Conrad, S., Finegan, E. Longman Grammar of Spoken and Written English. – London: Longman, 1999. – 1204 p.

6. Givón, T. Syntax: An Introduction. – Amsterdam: John Benjamins, 2001. – Vol. II. – 498 p.

7. Halliday, M.A.K., Hasan R. Cohesion in English. – London: Longman, 1976. – 374 p.

8. Langacker, R.W. Cognitive Grammar: A Basic Introduction. – Oxford: Oxford University Press, 2008. – 562 p.

9. Quirk, R., Greenbaum, S., Leech, G., Svartvik, J. A Comprehensive Grammar of the English Language. – London: Longman, 1985. – 1779 p.

10. Rofiq, Z., Sahreebanu, D.S. A Grammatical Cohesion Analysis in the News Discourse: A Case of Russia-Ukraine War // RETORIKA: Jurnal Ilmu Bahasa. – 2024. – Vol. 10, No. 3. – P. 784–793.

SUBSTITUTION IN ENGLISH SENTENCE STRUCTURE: FROM ANAPHORA TO DISCOURSE MANAGEMENT

V.S. Yesayan

Pyatigorsk State University, Russia, gazaryanvs@mail.ru

The article examines the functional-semantic category of substitution as a mechanism for organizing the surface structure of an English sentence within the framework of discourse-oriented syntax. The purpose of the study is to clarify the status of substitution not as a tactical means of avoiding repetition, but as a strategic resource for ensuring cohesion and compression of propositional information.

Keywords: substitution; cohesion; deixis; propositional compression; referential chain; discourse grammar.

УДК 811.512.162

ПОЭТИЧЕСКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ШЕКИНСКИХ ТОПОНИМОВ (НА ОСНОВЕ АЗЕРБАЙДЖАНСКИХ ФОЛЬКЛОРНЫХ ОБРАЗЦОВ)

Ж.Р. Ильясова
Азербайджанский университет языков
Баку, Азербайджан

В статье рассматриваются топонимы Шекинского региона Азербайджана и их стилистико-поэтические оособенности. В поэтической ономастике в первую очередь определяется роль и значение языковых единиц, включая географические названия, в процессе речи. Изучение этих особенностей не только отражает историю и культуру населения того или иного региона, но и включает в себя отношение и взгляд художника на топонимические и антропонимические единицы.

Ключевые слова: топонимы, ономастика, поэтический текст, стилистика, эмоциональные характеристики, этнолингвистика

Azerbaijani classical literature and contemporary prose are rich in onomastic units. The field that studies onomastic units in this aspect in linguistic sources is called poetic onomastics. Poetic onomastics is one of the newest and, as yet, little-studied areas of linguistics [1, p. 496].

According to researchers, “a more effective classification of the vocabulary of a work of art consists primarily in dividing it based on stylistic-semantic and stylistic-communicative principles. This feature gives reason to believe that the overwhelming majority of lexical-toponymic units in the artistic environment serve to revive style. This can be considered a “stylistic passport” of lexical-toponymic units” [2, p. 205].

Ethnolinguistics is also applicable to units of scientific language from a stylistic-poetic perspective. This requirement unites toponymy and ethnolinguistics. Stylistic toponyms are defined only within the context of the text. Names of populated areas, like other lexical units, are stylistically neutralized in this context. These names not only indicate the name of the administrative district. They are also used in folklore examples and other texts as a stylistic device, a stylistic goal. For example: *Qamış bizim yerlərdə bitir, amma zurnanı özgələr çalır* (proverb)

It is known that toponyms can be definite or indefinite. In this example, the expression “bizim yerlərdə” is an indefinite toponymic unit. This is a fact of the use of stylistic toponymy in proverbs. In the expression “bizim yerlərdə”, the place name is indefinite. It is known that the names of settlements not only indicate an administrative region. These names are also used in folklore and fiction as a stylistic device, a stylistic goal. “Toponyms are used in a stylistic context when they express a specific emotional concept. In a text, emotional concepts come to life through the expression of a situation associated with an event and a psychological state associated with a person” [3, p. 3].

The toponym “Sheki” is used in bayats and defines the geography of the formation of these examples. For example:

Mən aşiqəm, Qarabağ,
Ş ə k i, Şirvan, Qarabağ,
Tehran cənnətə dönsə,
Yaddan çıxmaz Qarabağ.

The name Sheki is mentioned in seasonal and ceremonial songs:

Qarabağın yaylağında,

Şəkinin güllü bağında.
Təzə gəlin sübh çağında
Oğlun alır, layla çalır.

Examples of written speech in Azerbaijani:

Nə deyərdi Şəkinin, Gəncənin imanlıları,
Tiflisin bir para məzhəbçi dəliqanlıları (M.A.Sabir)

In these poems, Sabir describes the relationships between peoples using toponymic units.

Specific territories are poetically depicted in a satirical spirit:

Qaxda, Qazaxda, Şəkidə bərməla,
Şişədə, Şirvanda vurur tək səbir (M.A.Sabir)

The names of the villages of Bash Goynyuk and Bash Layisgi appear in scholarly and journalistic texts. Researchers have written books on the historical geography of these villages:

Ashik Molla Juma wrote:

Mahalım Göynükdür, şəhərin Şəki
Layısqi kəndinin binasıyam mən [4, p.167].

These poems contain the names of the Goynuk region, the city of Sheki, and the village of Layisgi. Through these toponyms, the poet enhances the ethnic characteristics of the region, the ideological and artistic impact of the poem, the imagery, emotionality, and poetic potential of the theme.

The first name of the village "Bash Goynuk" was Goynuk. The first inhabitants of this area were the Scythians and Sakas; it was possibly previously called Goylyuk, meaning "fallow land" or "pasture". E. Nuriyev demonstrated the significance of the oikonomia "Goynuk".

The name of this region dates back centuries. "The Goynuk region represents a collection of tribal names such as Bilecik, Lahic, Kumuk, Sak, Oguz, and others, which preserve the history and genealogy of the Azerbaijani people, and comprises more than 10 settlements. It is a land of numerous monuments preserving a long history from the ancient Albanian state to the present day. The formation of the Goynuk region is associated with Bash-Goynuk. The village of Bash-Goynuk is located in the heart of the Greater Caucasus. Regarding the origin of the toponym "Goynuk", it should be noted that the first inhabitants of this area - the Scythians, Sakas, and others - called the territories they inhabited "Goyluk", meaning "meadow", "pasture" [5, pp. 7-8].

The toponym "Goynuk" means "clearing", "opening in the forest". There are also villages with this name in Turkey. This name is used to refer to Goynuk-Sheki, Goynuk-Chukhur, Goynukler - "clearing", "meadow".

Vagif Aslan writes in his article on "Goynuk": "Our ancestors worshiped the sun, the moon, the stars, or, more precisely, the sky". The existence of a settlement called Goynuk in Sheki proves this. They held ceremonies dedicated to the Sun. At that time, they made dolls depicting the Sun and hung beads and decorative objects around its neck" [6, pp. 108-109].

The second idea is that the name "Göynük" is associated with the Göytürks. Before Islam, Turks, who worshiped a single god, inhabited the territories of several countries, including Azerbaijan. Meanwhile, the Turks who arrived in the village of Göynük used the more remote central part of the village, where the Ishguls lived on one side and the Saks on the other, such as "Göy", "Zirve", "Yukharida Olan", and others.

The reason for the use of the word "bash" in the word "Göynük" is that the population, previously settled in the areas upstream of the Shin River, later, given the danger

of river floods and population density, began to settle in the upper parts, which is where the words “bash” and “yukhari” originate. This is a distinctive feature.

We also recorded the following microtoponyms with poetic content related to the village of Bash Göynük: *Qaranlıq dərə, Mirzə oğlunun dərəsi, Arxac, Şin dərəsi, Yanıq dağı, Avarmex dağı, Ot qoruğu, Qız qalası, Əlim ölən Dərə, Daşaltı, Almalı, Böyük Coorlu, Kiçik Coorlu, Əmiraslan dərəsi, Mükehli dərə, Sulu dərə, Hacının tapı,* etc.

Thus, the use of certain toponymic names in works of art serves to revive national, ethnic, and social concepts.

Throughout history, toponymic units have also played a role in all stages of the formation of Sheki’s population and genetic factors. This aspect also makes our topic relevant.

In our opinion, toponyms should be carefully selected by wordsmiths as stylistic and semantic material. Thus, the shared linguistic and speech background of folklore and fiction becomes expressive and figurative.

Sheki toponyms are also used in oral folk literature and works of art, enriching the means of emotional impact.

Toponyms of this type serve a stylistic purpose in poetic texts and create aesthetic coloring.

The study of Sheki toponyms reveals relevant stylistic and semantic signs and transitional semantic figures that provide a wealth of expressive possibilities for poetic texts. In his descriptions of the events of that period, Molla Juma successfully used the history of Sheki and the surrounding villages, as well as geographical names that arose in connection with a number of socio-political events.

REFERENCES

1.Qurbanov A. Azərbaycan dilinin onomalogiyası. Bakı, “Maarif”, 1988

2.Ефимов А.И. Стилистика художественной речи. М., Изд.-во Москва университета, 1961

3.Vəliyeva İ. Bədii ədəbiyyatda üslubi toponimika. Filologiya elmləri namizədi alimlik dərəcəsi almaq üçün təqdim üdilmiş dissertasiyanın avtoreferatı, Bakı, 2002

4.Molla Cümə. Şeirlər. Bakı, 1976

5. Nuriyev E. Azərbaycan SSR Şəki-Zaqatala zonasının toponimikası. Bakı, Elm, 1989

6. Vaqif A. Şəkinin tarixi yer adları və onların söz açımı. Şəki. Bakı, 1999.

POETİC AND STYLİSTİC POSSİBİLİTİES OF SHEKİ TOPONYMS (BASED ON EXAMPLES OF AZERBAİJANİ FOLKLORE)

Zh.R.Ilyasova

Azerbaijan University of Languages

Baku, Azerbaijan

This article examines the toponyms of the Sheki region of Azerbaijan and their stylistic and poetic features. Poetic onomastics primarily defines the role and meaning of linguistic units, including geographical names, in speech. The study of these features not only reflects the history and culture of the population of a given region but also includes the artist’s attitude and perspective on toponymic and anthroponymic units.

Keywords: toponyms, onomastics, poetic text, stylistics, emotional characteristics, ethnolinguistics

УДК 811

РОЛЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВИЗУАЛИЗАЦИИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ ДАННЫХ

В.З. Искандарова
Бакинский государственный университет
Баку, Азербайджан, kniga.ru.02@inbox.ru

В современном информационном обществе быстрая и понятная презентация больших объемов информации является одним из главных приоритетов журналистики данных. В этом контексте инструменты визуализации играют важную роль в трансформации журналистики. В статье анализируются функции визуализации в журналистике данных, их основные типы, ее влияние на аудиторию и эффективные механизмы применения.

Ключевые слова: журналистика данных, визуализация, информационный дизайн, инфографика, интерактивные медиа

From a communication theory perspective, visualization operates as both a semiotic and rhetorical instrument, shaping how information is framed, perceived, and trusted within digital journalism ecosystems. The visual encoding of data can significantly reduce cognitive overload, allowing readers to process multidimensional information more rapidly than through conventional prose. Furthermore, interactive visualizations foster participatory journalism by encouraging user exploration, personalization, and deeper engagement with datasets, thereby expanding the audience's role from passive consumer to active interpreter [1]. Data visualization is used not only in journalism and digital media. Data visualization is a field that draws on many disciplines. Psychology studies information perception or the influence of certain elements, such as colors and shapes, on perception. Computer science and statistics have also developed several new fields, such as machine learning and data mining methods [2, p. 8]. However, data visualization has become more widespread in the modern media sphere.

Data journalism has become a new direction in journalism in the digital age. The main goal of this field is to analyze complex data and present it to the audience in a clear and understandable form. Visualization is a key component of this process. Information comprehension is made even easier by graphs, maps, infographics, and interactive dashboards. Contemporary academic debates increasingly interrogate the aesthetics of authority embedded in visualization. Highly polished graphics may create an illusion of scientific certainty even when datasets are incomplete, contested, or probabilistic. Therefore, scholars argue that transparency about uncertainty, margin of error, and methodological limitations should be integral to responsible visual journalism. This perspective reframes effectiveness not simply as clarity or engagement but as ethical intelligibility—the capacity to communicate complexity honestly without sacrificing audience understanding.

Advanced scholarship suggests that visual forms operate as discursive technologies that organize public perception by privileging certain interpretive pathways while marginalizing others, making visualization a powerful epistemological filter within mediated communication. Consequently, the design logic of visual journalism directly influences how audiences construct knowledge, assign causality, and perceive institutional legitimacy [3].

Visualization is the process of presenting information using graphical elements. This approach is based on the principle of cognitive psychology that the human brain processes visual information more quickly. In data journalism, visualization serves not only an aesthetic function but also an analytical and explanatory role. From a multidisciplinary perspective, the effectiveness of visualization in data journalism is grounded in cognitive science, which demonstrates that visual encoding significantly accelerates information processing, minimizes cognitive overload, and improves long-term retention compared to text-dominant communication models [4, 19]. Ultimately, the role of visualization in data journalism extends beyond simplification; it fundamentally restructures how knowledge is produced, validated, and consumed within contemporary media systems. As digital journalism evolves, visualization remains central to the capacity of journalism to inform publics, sustain accountability, and reinforce evidence-based discourse in increasingly complex informational environments [5].

Research shows that visual information is remembered more quickly than text. Visualization attracts audience attention, facilitates information interpretation, and has a positive impact on decision-making. However, incorrect or manipulative visualization can lead to misinformation. To achieve this, knowledge and skills in data and media literacy are essential. As is well known, data journalism involves five main stages: data collection, filtering, analyzing cleaned data, visualization, and storytelling. Although data visualization is the fourth stage, it is particularly important for producing a high-quality data product.

Data visualization refers to the process of preparing the data obtained through analysis in a form that is understandable to everyone using various visualization techniques, such as graphs, tables, and maps. Data visualization in data journalism facilitates easy communication and allows information to be presented in an engaging structure [5, p. 166]. The role of visualization in data journalism extends beyond simplification; it fundamentally restructures how knowledge is produced, validated, and consumed within contemporary media systems. As digital journalism evolves, visualization remains central to the capacity of journalism to inform publics, sustain accountability, and reinforce evidence-based discourse in increasingly complex informational environments [6].

Data journalism employs a variety of visualization tools implemented using computer software. These include platforms such as Tableau, Datawrapper, and Flourish. Canva and infographic creation tools are also considered effective. These tools allow journalists to present data interactively and dynamically. Interactive visualizations, in particular, allow users to actively engage with the data. Data visualization types used in the media include bar charts, line graphs, scatter plots, maps, and infographics [7].

Bar charts: Bar charts are useful for comparing values across categories. They are used to show trends over time or to compare different groups.

Line graphs: Line graphs are used to show trends over time. They are useful for showing how a specific data point has changed over time.

Scatterplots: Scatterplots are used to show the relationship between two variables. They are useful for identifying correlations between different data sets.

Maps: Maps are useful for displaying data geographically. They are used to show population density, election results, and other location-specific data.

Infographics: Infographics combine various data visualizations, text, and images to present complex data in an engaging and easy-to-understand form [8].

Ther are some ethical challenges and limitations in this issue. For instance, risk of misrepresentation. Actually poorly designed charts can distort reality through:

- Truncated axes

- Misleading scales
- Selective data omission
- Excessive simplification

Also, there could be accessibility issues as well as data bias and interpretation. Not all visualizations are equally accessible to audiences with disabilities or low digital literacy. Visualization may create false objectivity. The selection, framing, and design choices made by journalists influence interpretation, raising concerns about neutrality.

There are also a number of challenges when applying visualization to data journalism. The results of a three-month monitoring of Azerbaijani state media, primarily Azerbaijan Television, Public Television, Khazar Television, ATV, and ARB 24, show that local television channels and official websites devote little attention to data visualization. Among television channels, data visualization elements are most frequently found in ARB 24 and ATV's economic programming. The primary reason for this is the lack of an adequate team capable of working with data content. There are other shortcomings in this area as well. These include insufficient information selection, simple and understandable design, and adherence to ethical principles. Furthermore, a lack of technical expertise hinders the effective work of journalists in this field. Therefore, given the specialized nature of this field, it is important to have professional staff trained in data journalism.

To maximize journalistic integrity and audience understanding:

- Prioritize accuracy over aesthetics
- Use clear labels and scales
- Ensure contextual explanation
- Maintain transparency about data sources
- Design for accessibility
- Avoid sensationalism

However, the scientific evaluation of visualization in journalism also highlights methodological and ethical concerns. Misleading scales, selective data representation, or algorithmic bias may distort public understanding, raising critical questions about objectivity and visual literacy. Consequently, the effectiveness of visualization depends not only on aesthetic clarity but also on statistical integrity, contextual transparency, and ethical design principles. In contemporary media studies, visualization is increasingly recognized as a central methodological pillar of data journalism, shaping both narrative authority and the social construction of evidence in the digital public sphere [9].

Finally, the globalization of data journalism underscores the strategic importance of culturally adaptive visualization practices. Visual conventions are not universally interpreted in identical ways; colour symbolism, iconography, geographic framing, and narrative emphasis may vary across sociocultural contexts. Consequently, effective visualization in international journalism requires contextual sensitivity to avoid ethnocentric framing and enhance transnational accessibility. In this broader framework, visualization is increasingly understood as both a technical instrument and a cross-cultural communicative practice that shapes how global publics interpret shared realities.

REFERENCES

1. The Role of Data Visualization in Communication Design: Balancing Engagement, Accuracy, and Ethics. URL: https://www.ijfmr.com/papers/2025/5/55841.pdf

2. Aparicio M., Costa C.J. Data Visualization, 2014.

3. Inspiration in Visualization Design: Perception, Discourse, and Epistemic Mediation. URL:

https://hammer.purdue.edu/articles/thesis/Inspiration_in_Visualization_Design_Perception_Discourse_and_Epistemic_Mediation/32098147
4. Why Simplicity Matters in Data Visualization. URL: https://www.linkedin.com/top-content/design/data-visualization-tips/why-simplicity-matters-in-data-visualization/
5. Chambers L., Bounegru L., Gray J. The Data Journalism Handbook. O'Reilly Media, 2012.
6. Investigating the Role of Visual Storytelling in Enhancing Audience Engagement in Digital Journalism. URL: https://www.researchgate.net/publication/384820077_Investigating_the_Role_of_Visual_Storytelling_in_Enhancing_Audience_Engagement_in_Digital_Journalism
7. Data Journalism. URL: https://www.irma-international.org/viewtitle/183832/?isxn=9781522522553
8. Nguyen, A. (2019). Data Journalism. In *The International Encyclopedia of Journalism Studies*.
9. Joanna Dukalska-Hermut; Ewelina Dziwak. Data Journalism. Visualization of Data as a Remedy of Perception Problems. of the Modern Reader www.ejournals.eu/Zeszyty-Prasoznawcze/
10. Visualization as the Workhorse of Data Journalism. URL: https://datajournalism.com/read/handbook/one/delivering-data/visualization-as-the-workhorse-of-data-journalism

THE ROLE AND EFFECTIVENESS OF VISUALIZATION IN DATA JOURNALISM

V.Z. Isgandarova
Baku State University
Baku, Azerbaijan, kniga.ru.02@inbox.ru

In the modern information society, the rapid and understandable presentation of large volumes of information is one of the main priorities of data journalism. In this regard, visualization tools play an important role in the transformation of journalism. The article analyses the functions of visualization in data journalism, their main types and its impact on the audience and effective application mechanisms.

Keywords: data journalism, visualization, information design, infographics, interactive media

УДК 81'42

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ ДИСКУРСОМ, ТЕКСТОМ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫМ СТИЛЕМ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

А.А. Истомина
Некоммерческое акционерное общество
«Карагандинский национальный исследовательский университет
имени академика Е.А. Букетова, Казахстан
anastasiaistomina120@gmail.com

В статье рассматривается проблема соотношения понятий текста, дискурса и функционального стиля в современной лингвистике. Анализируются основные подходы к определению дискурса, особенности дискурсивного анализа. Особое внимание уделяется прагматической направленности дискурса, взаимодействию адресанта и адресата, а также роли экстралингвистических факторов в процессе коммуникации.

Ключевые слова: дискурс; текст; функциональный стиль; дискурсивный анализ; прагматика; рекламный дискурс; политический дискурс.

В настоящее время одним из наиболее употребительных терминов в лингвистике стал «дискурс». Однако проблема дискурса остается актуальной в настоящее время так как есть сложности разграничения данного понятия с понятием текста. Кроме того, понятие дискурса довольно широко используется в ряде других дисциплин таких как антропология, социология, политология, литературоведение, этнография, социология, социолингвистика, философия, психолингвистика, когнитивная психология и некоторых других, что, с одной стороны, подчеркивает междисциплинарный характер понятия дискурс, а с другой стороны – приводит к существованию различных подходов к его интерпретации в современной лингвистике[7, с.31].

Дискурс является сложным коммуникативным явлением, включающим как лингвистические, так и экстралингвистические характеристики. Согласно Н.Д. Арутюновой, дискурс представляет собой «речь, погруженную в жизнь»[1, с.136], в то время как согласно определению, данного Т. Ван Дейком в широком смысле дискурс представляет собой комплексное коммуникативное событие, происходящее между говорящим и слушающим в определенном временном пространстве и в определенном контексте[4, с.5]. В узком смысле дискурс понимается как письменный или устный текст как результат коммуникативного действия. Согласно Эмилю Бенвенисту, дискурс связан с актуализацией языка в речи и с проявлением субъектности говорящего [3, с.293]. Мишель Фуко определял дискурс как систему дискурсивных практик, обусловленных историческими и социальными условиями [6, с.73].

Дискурс понятие неоднородное, согласно Е.В. Чернявской дискурс в зависимости от исследовательского подхода может пониматься как особая форма функционирования языка внутри определенной сферы общения, совокупность текстов по одной общей теме, процесс порождения текста или высказывания и как способ формирования языковой и когнитивной модели мира [8, с.135]. Е.В. Чернявская указывает на то, что текст является одним из основополагающих элементов коммуникативного процесса, который имеет свою структуру, в то время как дискурс представляет собой текст в неразрывной связи с ситуативным контекстом, определяющим все то, что важно для создания высказывания или текста исходя из целей автора, взаимодействующего с адресатом[8, с.134-135]. То есть текст является результатом коммуникативно-речевой деятельности в то время, как дискурс характеризует сам процесс, приводящий к созданию текста. Дискурс находится в неразрывной связи с ситуативным контекстом системой коммуникативно-прагматических и когнитивных установок автора, а также его взаимодействия с адресатом. Таким образом дискурс не ограничивается текстом, как завершенным результатом речевой деятельности, а включает коммуникативную ситуацию, прагматические установки автора, особенности восприятия адресатом и экстралингвистический контекст.

Согласно Гальперину И.Р. стилистика или лингвостилистика занимается исследованием специальных языковых средств, которые благодаря своим особенностям обеспечивают необходимый эффект высказывания, а также определенных типов текстов (дискурса), которые благодаря выбору и организации языковых средств отличаются прагматической направленностью коммуникации [5, с.6-10]. Типы текстов, различающиеся по прагматической цели коммуникации, называют функциональными стилями. Функциональные стили формируются благодаря выбору и организации языковых средств. И функциональный стиль и дискурс связаны с коммуникативной сферой, выбором языковых средств с целью оказания

определенного влияния, типами текстов, прагматической целью. Однако если функциональные стили выделяются на основании сфер человеческого общения и деятельности, то дискурс позволяет не только рассматривать языковые особенности текстов, но и их связь с социальными практиками, историческим контекстом, идеологическими установками и коммуникативными целями [5, с.28-30].

Согласно Е.В.Чернявской дискурс дробит общую сферу на более конкретные сегменты. Например, публицистический стиль будет представлять собой общую сферу (функциональный стиль) в то время, как рекламный, политический и медийный дискурс — это более конкретные формы внутри этой сферы [8, с.147-148]. При этом несмотря на то, что политический, рекламный и медиа дискурс связаны с общественной коммуникацией, они могут различаться целями, адресатом и прагматическими установками. В отличии от традиционного анализа текста, дискурсивный анализ рассматривает текст как часть более широкого коммуникативного, культурного и социального пространства. Согласно Е.В. Чернявской дискурсивный анализ строится на 5 языковых уровнях анализа, которые в совокупности дают представление о дискурсивном анализе. Дискурсивный анализ рассматривает текст на нескольких уровнях, а именно на уровне коммуникативного акта, отдельного текста, глубинно-семантический, экстралингвистический и межтекстовой. Таким образом дискурс-анализ позволяет выявить коммуникативные намерения автора и его воздействия на адресата [8, с.168-169].

Рекламный дискурс можно определить как особую разновидность дискурса, целью которого является побудить адресата к действию. Рекламный дискурс занимает промежуточное положение между аргументативным (убеждающим) и пропагандистским (манипулятивным) дискурсами [3, с.5]. К примеру, если мы возьмем рекламный слоган Nike '*Just do it*', то он реализует прагматическую установку на побуждение к действию. Использование императивной конструкции делает высказывание лаконичным, легко запоминающимся и эмоционально выразительным. С точки зрения стилистики, данный слоган является элементом публицистического стиля, когда как в рамках дискурсивного анализа он может рассматриваться как пример рекламного дискурса, направленного на формирование определенной модели поведения у массового адресата. В настоящее время, данный слоган является своего рода символом фирмы «Nike», так как напрямую ассоциируется с этой компанией, а также с активным образом жизни, успехом и самосовершенствованием.

Еще одной разновидностью дискурса является политический дискурс. Согласно Е.И. Шейгал политический дискурс представляет особой форму общения, коммуникации, которая отличается высокой степенью манипулятивности [9, с.30]. В целом политический дискурс можно определить как «институциональную форму общения политических деятелей между собой или с третьими лицами, организуемое по актуальным вопросам государственного управления с учетом экстралингвистических факторов и имеющее целью воздействие на адресата». К примеру, политический лозунг «*Yes we can*» использованный в предвыборной кампании Барака Обамы, направлен на формирование чувства общности. Инклюзивное использование местоимения «*we*» создает эффект единства между политическим лидером и адресатом сообщения, создает ощущение участия адресата в принятии решений. С точки зрения стилистики лозунг характеризуется лаконичностью и эмоциональной выразительностью, тогда как в рамках дискурсивного анализа он может рассматриваться как элемент политического дискурса, направ-

ленного на мобилизацию общества и формирования определенных политических установок.

Е.И. Шейгал придерживается широкого понимания политического дискурса. Она отмечает, что политический дискурс включает как институциональные, так и неиституциональные формы коммуникации, связанные с политической сферой. Она подчеркивает, что политический дискурс может пересекаться с другими видами дискурса, включая рекламный, художественный, педагогический и так далее [10, с.46]. Таким образом, в качестве еще одного примера политического дискурса можно рассмотреть речь Визгуна в «Скотном Дворе» Джорджа Оруэлла. Через высказывание *«'Bravery is not enough, ' said Squealer. 'Loyalty and obedience are more important'»* реализуется одна из стратегий политического дискурса, а именно «legitimizing the forbidden», которая в свою очередь реализуется через обоснования, оправдания и своего рода торги, что в дальнейшем и происходит в тексте [11, с.190]. Визгун спрашивает, готовы ли остальные члены фермы принять правила, установленные новым лидером или же готовы пожертвовать дисциплиной и принять обратно старого хозяина: «*One false step, and our enemies would be upon us. Surely, comrades, you do not want Jones back? »* [12, с.24]. Таким образом в данном отрывке реализуется прагматическая установка, направленная на формирование у адресата чувства подчинения и общности. С точки зрения дискурсивного анализа данный фрагмент демонстрирует использование манипулятивной стратегии воздействия, направленной на оправдание политической власти и управление восприятием аудитории. Использование слов *«loyalty», «obedience», «discipline»* формирует идеологически маркированный политический дискурс.

В заключение следует отметить, что понятие дискурса и функционального стиля тесно взаимосвязаны, однако не являются тождественными. Текст представляет собой результат речевой деятельности, тогда как дискурс связан с коммуникативной ситуацией, прагматическими установками, взаимодействием адресанта адресата, а также с социальным и культурными контекстами. Функциональный стиль в свою очередь отражает особенности отбора и организации языковых средств в зависимости от сферы и цели коммуникации. Таким образом, дискурсивный анализ позволяет рассматривать текст не только как языковую структуру, но и как элемент более обширного коммуникативного пространства. На примере рекламного и политического дискурса было показано, что дискурс и функциональный стиль связаны между собой, однако имеют ряд существенных различий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Арутюнова, Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 136–137.

2. Бенвенист, Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист. – М.: Прогресс, 1974. – 448 с.

3. Бородина, А.М. Реализация коммуникативных стратегий и тактик в рекламном дискурсе: выпускная квалификационная работа / А.М. Бородина. – Пермь, 2018. – 78 с.

4. Ван Дейк, Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. Ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.

5. Гальперин, И.Р. Стилистика английского языка / И.Р. Гальперин. – М.: Высшая школа, 1981. – 334 с.

6. Фуко, М. Археология знания / М. Фуко. – Киев: Ника-Центр, 1996. – 208 с.

7. Хурматуллин, А.К. Понятие дискурса в современной лингвистике / А.К. Хурматуллин // Ученые записки Казанского государственного университета. Серия Гуманитарные науки. – 2009. – Т. 151, кн. 6. – С. 31–37.

8. Чернявская, В.Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса / В.Е. Чернявская. – М.: ФЛИНТА, 2013. – 208 с.

9. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01; 10.02.19 / Е.И. Шейгал. – Волгоград, 2000. – 376 с
10. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. – М.: Гнозис, 2004. – 326 с.
11. Khafaga, A. Linguistic Manipulation of Political Myth in Margaret Atwood's The Handmaid's Tale / A. Khafaga // International Journal of English Linguistics. – 2017. – Vol. 7, № 4. – P. 189–200.
12. Orwell, G. Animal Farm / G. Orwell. – London: Secker and Warburg, 1945. – 112 p.

THE RELATIONSHIP BETWEEN DISCOURSE, TEXT AND FUNCTIONAL STYLE IN MODERN LINGUISTICS

A.A. Istomina
Non-profit limited company «Karaganda National Research University named after academician Ye.A. Buketov», Kazakhstan, anastasiaistomina120@gmail.com

This article examines the relationship between the concepts of text, discourse, and functional style in modern linguistics. It analyses the main approaches to defining discourse and its characteristics. Particular attention is given to the pragmatic nature of discourse, the interaction between speaker and listener, and the impact of extralinguistic factors on communication.

Keywords: discourse, text, functional style, discourse analysis, pragmatics, advertising discourse, political discourse.

УДК 811.161.1:070:93

ВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

С.В. Карпий
Донецкий государственный медицинский университет имени М. Горького Министерства здравоохранения Российской Федерации
Донецк, Российская Федерация
eskalive25@gmail.com

В данной статье исследуется специфика взаимодействия вербальных и невербальных компонентов в пространстве современных масс-медиа. Автор анализирует механизмы суггестивного воздействия, возникающие при синергии текстового сообщения и визуально-аудиального ряда (креолизованных текстов). Особое внимание уделяется трансформации традиционных способов убеждения в условиях цифровизации контента, роли инфографики, видеоряда и типографики в формировании восприятия аудитории. Делается вывод о медиатизации смыслов, где невербальный компонент перестает быть вспомогательным и берет на себя роль основного транслятора идеологических и прагматических установок.

Ключевые слова: вербальные средства, невербальная коммуникация, медиадискурс, манипуляция, креолизованный текст, визуализация информации, психолингвистика.

Введение. Современное медиапространство представляет собой сложную систему, в которой информация передаётся через многоканальное воздействие на реципиента. В эпоху *«клипового мышления»* и избыточности информационных потоков традиционные текстовые формы коммуникации претерпевают серьёзную трансформацию. Эффективность сообщения сегодня определяется не только содержательной логикой *(вербальным уровнем)*, но и качеством визуального и аудиального сопровождения *(невербальным уровнем)*.

Взаимодействие кодовых систем. Вербальные средства воздействия в медиа опираются на лексический отбор, использование метафор, эпитетов и специфических синтаксических конструкций. Однако в цифровой среде слово редко функционирует изолированно, так как оно вступает в резонанс с невербальными знаками: цветом, композицией кадра, шрифтовым выделением, музыкальным фоном.

Такое явление в современной лингвистике принято называть креолизацией текста, потому что текст становится семиотически осложнённым образованием, где вербальная часть задает вектор интерпретации, а невербальная – формирует эмоциональный отклик и доверие к источнику. Исследования показывают, что визуальный образ распознается мозгом в десятки раз быстрее, чем текстовый блок, что делает невербалику мощным инструментом первичного воздействия (аттракции) [1, с. 12].

Невербальные доминанты в цифровых медиа. Как известно, одним из ключевых невербальных инструментов в современных СМИ стала инфографика, которая, в свою очередь, как показывает практика, переводит существующую сложную статистическую информацию на язык визуальных образов, что, безусловно, позволяет не просто упростить восприятие, но и, надо сказать, расставить нужные акценты. Выбор цветовой гаммы (например, использование *«тревожного»* красного или *«успокаивающего»* синего), как отмечают специалисты, способен предопределить отношение читателя к проблеме ещё до прочтения первого абзаца.

В видеоконтенте *(телевидение, социальные сети)*, как известно, колоссальную роль играет мимика, жестикуляция и проксемика спикера. Как показывают исследования, эффект *«прямого взгляда»* в камеру, использование открытых жестов или, надо отметить, специфическое освещение, безусловно, создают иллюзию доверительного общения, что, в свою очередь, снижает критический порог восприятия информации, по мнению экспертов.

Механизмы психологического воздействия. Как показывает практика, синергия вербальных и невербальных средств, безусловно, направлена на достижение конкретных прагматических целей: *информирование, убеждение или манипуляцию*. По мнению специалистов, можно выделить три основных механизма воздействия, которые, в свою очередь, играют важнейшую роль в коммуникативном процессе.

1. *Иллюстративный* – невербальные средства дублируют вербальное сообщение, закрепляя образ в памяти.
2. *Дополняющий* – визуальный ряд привносит новые смыслы, не отраженные в тексте (например, иронический подтекст через несоответствие серьезного текста и комичной картинки).
3. *Суггестивный* – воздействие на подсознание через ритм видеомонтажа, фоновые звуки и цветовые паттерны, вызывающие определенные ассоциации [2, с. 54].

Практические аспекты. Как показывает современное исследование, особое внимание в контексте изучения уделяется специфике функционирования вербально-невербальных комплексов в цифровой среде, что, безусловно, представляет особый интерес для лингвистики. По мнению экспертов, в отличие от традиционных печатных изданий, интернет-коммуникация, как известно, характеризуется гипертекстуальностью и интерактивностью, что, в свою очередь, трансформирует привычные модели восприятия, создавая новые форматы взаимодействия с контентом.

Семантическая компрессия. Как показывает практика, использование невербальных элементов *(эмодзи, мемов, инфографики)*, безусловно, позволяет переда-

вать значительные объемы информации в сжатые сроки, что, в свою очередь, существенно повышает эффективность коммуникации. По мнению специалистов, в условиях, как известно, дефицита внимания пользователя визуальный маркер, несомненно, становится «точкой входа», которая, стоит отметить, определяет, будет ли вербальный текст прочитан полностью.

Эффект присутствия. Как известно, видеоблогинг и стриминговые платформы, безусловно, максимально эксплуатируют невербальные каналы для создания парасоциального взаимодействия, что, по мнению специалистов, является одним из ключевых факторов успеха в современной медиасреде.

Стоит отметить, что прямой взгляд в камеру, имитация неформальной обстановки и естественная жестикуляция, как показывает практика, создают у потребителя ощущение личного знакомства с автором, которое, несомненно, радикально повышает уровень лояльности к транслируемым идеям.

В свою очередь, данный механизм взаимодействия, как подтверждают исследования, позволяет значительно усилить вовлечённость аудитории и повысить эффективность коммуникативного воздействия.

Психофизиологический триггер. Как показывают исследования, цветовые решения *(например, агрессивный красный в заголовках новостей или, как известно, успокаивающий синий в интерфейсах социальных сетей)*, безусловно, работают на уровне безусловных рефлексов, что, в свою очередь, подготавливает психику к определённому типу эмоционального реагирования ещё до начала чтения текста, по мнению специалистов.

Стоит отметить, что данный механизм воздействия, несомненно, является одним из самых эффективных инструментов современной медиакоммуникации.

Перспективы дальнейших исследований. Как представляется, дальнейшее изучение синтеза знаковых систем, безусловно, видится в анализе нейролингвистических параметров восприятия медиатекстов. По мнению экспертов, с развитием технологий дополненной (AR) и виртуальной (VR) реальности роль невербального компонента, несомненно, будет только возрастать, фактически полностью погружая индивида в искусственно сконструированную смысловую среду. Это, стоит отметить, ставит перед современной наукой новые вызовы, связанные с этикой когнитивного воздействия и, безусловно, необходимостью разработки продвинутых алгоритмов верификации контента.

Таким образом, взаимодействие слова и образа в медиапространстве сегодня, как показывает практика, представляет собой сложную динамическую систему, где эффективность коммуникации, безусловно, зависит не от качества отдельных компонентов, а от точности их интеграции в рамках единого коммуникативного акта. Исследование данной области, как известно, остается приоритетным направлением для филологии, психологии и теории массовых коммуникаций, что, в свою очередь, открывает новые перспективы для междисциплинарных исследований. [3, с. 18].

Технологические трансформации и гипертекстуальность. Как показывает современная практика, в условиях цифровой среды, безусловно, взаимодействие вербальных и невербальных элементов, по мнению специалистов, переходит на уровень гипертекстуальности, где, стоит отметить, каждый компонент может служить точкой входа в новую информационную плоскость. Это, несомненно, коренным образом меняет архитектуру восприятия: линейное чтение, как известно, замещается «сканированием», при котором, в свою очередь, глаз в первую очередь фиксирует визуальные акценты, а мозг, безусловно, выстраивает смысловые

связи на основе ассоциаций, а не логической последовательности текста, что, безусловно, формирует новый тип информационного потребления.

Адаптивность и интерактивность. Как показывает современная медиапрактика, современные медиатексты, безусловно, перестают быть статичными. По мнению экспертов, невербальный компонент, несомненно, теперь может меняться в зависимости от действий пользователя, что, в свою очередь, открывает новые горизонты в коммуникации.

Стоит отметить, что инфографика, реагирующая на наведение курсора, или видеовставки, меняющие ракурс, как известно, делают потребителя соавтором коммуникации, что, безусловно, существенно повышает вовлечённость аудитории.

Это, как подтверждают исследования, усиливает эффект *«погружения»* и, несомненно, делает передаваемую информацию более убедительной за счёт иллюзии самостоятельного открытия смыслов, что, безусловно, является одним из ключевых факторов эффективности современной медиакоммуникации.

Роль алгоритмов в семиотическом отборе. Как известно, искусственный интеллект и алгоритмы рекомендаций, безусловно, сегодня выступают в роли невидимых редакторов, которые, по мнению специалистов, анализируют реакцию аудитории на определённые сочетания визуальных и текстовых стимулов. Это, несомненно, приводит к возникновению «алгоритмической эстетики» — набора визуальных приёмов, которые, как показывает практика, гарантированно привлекают внимание, независимо от информативности самого сообщения, что, в свою очередь, формирует новый тип медиапотребления.

Стоит отметить, что данный феномен, безусловно, становится одним из ключевых факторов современной медиакоммуникации, требующим пристального изучения со стороны исследователей.

Когнитивный аспект и критическое восприятие. Безусловно, доминирование невербальных знаков, как показывает практика, ставит серьёзный вопрос о сохранении способности к глубокому аналитическому мышлению. По мнению экспертов, визуальный образ, несомненно, воздействует быстрее и обходит критические фильтры сознания, которые, как известно, обычно включаются при чтении сложного текста.

В результате, стоит отметить, эмоциональный отклик, безусловно, опережает рациональное осмысление, что, в свою очередь, делает аудиторию более уязвимой для манипулятивных техник, как подтверждают многочисленные исследования в области медиапсихологии.

Данный феномен, безусловно, требует пристального внимания со стороны научного сообщества, поскольку, по мнению специалистов, может иметь далеко идущие последствия для когнитивного развития общества. [4, с. 45].

Как известно, формирование медиаграмотности в таких условиях, безусловно, требует понимания механики взаимодействия слова и изображения, что, по мнению специалистов, становится всё более актуальным в современном мире.

Исследователи, как показывают их работы, подчёркивают, что будущее коммуникации, несомненно, лежит в области «новой грамотности», которая, в свою очередь, включает в себя умение дешифровать скрытые смыслы визуальных метафор и понимать, как невербальный контекст может искажать или дополнять прямое значение слов.

Таким образом, семиотический синтез, безусловно, остаётся ключевым полем битвы за внимание и смыслы в глобальной инфосфере, что, стоит отметить, тре-

бует от современного человека развития новых компетенций в области медиавосприятия.

Стоит добавить, что данная проблематика, как подтверждают исследования, приобретает особую значимость в контексте растущей медиатизации общества и развития новых форматов коммуникации.

Заключение. Как показывают современные исследования, анализ современных медиа, безусловно, демонстрирует, что доминанта воздействия, несомненно, смещается в сторону визуализации и мультимедийности. По мнению экспертов, вербальный компонент, безусловно, сохраняет за собой функцию смыслового каркаса, но, стоит отметить, его влияние во многом предопределяется невербальным контекстом, что, в свою очередь, формирует новую парадигму медиакоммуникации.

Безусловно, понимание механизмов взаимодействия этих систем, как известно, необходимо как для создателей медиаконтента, так и для потребителей – в целях развития навыков медиаграмотности и защиты от скрытых манипулятивных техник, что, несомненно, становится приоритетной задачей современного образования.

Стоит добавить, что данная проблематика, как подтверждают многочисленные исследования, приобретает особую актуальность в условиях стремительного развития цифровых технологий и трансформации медиапространства.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Роль прямого телевизионного включения в журналистике и медиалингвистике / Г. А. Игнатенко, Т. И. Заворотнева, Е. А. Кононова [и др.] // Социально-экономические, историко-правовые, философские ориентиры : Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции, Рязань, 16 марта 2023 года. – Рязань: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство «Концепция», 2023. – С. 12-14.

2. Развитие высшего образования сегодня / Г. А. Игнатенко, А. В. Борота, А. П. Кухто, Н. К. Базиян-Кухто // Торсуевские чтения: научно-практический журнал по дерматологии, венерологии и косметологии. – 2022. – № 1(35). – С. 54-57.

3. Свойства функций прямого включения / Л. Е. Шокотько, О. В. Подолина, Е. А. Кононова [и др.] // Психология. Педагогика. Филология: актуальные проблемы теории и практики : материалы XV Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 12 июля 2023 года. – Ростов-на-Дону: Профлист, 2023. – С. 17-20.

4. Язык прямого включения как инструмент медиаэкономики / Л. Г. Элизбарашвили, Т. И. Парамонова, Ю. В. Шакович [и др.] // Социально-экономические, политико-правовые парадигмы современности : Материалы XVI Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 17 июля 2023 года / . – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "Концепция", 2023. – С. 44-47.

VERBAL AND NON-VERBAL MEANS OF INFLUENCE IN MODERN MEDIA

Donetsk State Medical University named after M. Gorky
Ministry of Health of the Russian Federation
Russian Federation, eskalive25@gmail.com

This article examines the specifics of the interaction of verbal and non-verbal components in the space of modern mass media. The author analyzes the mechanisms of suggestive influence that arise from the synergy of a text message and a visual-auditory series (creolized texts). Special attention is paid to the transformation of traditional methods of persuasion in the context of content digitalization, the role of infographics, video sequences and typography in shaping audience perception. The conclusion is made about the mediatization of meanings, where the non-

verbal component ceases to be auxiliary and assumes the role of the main translator of ideological and pragmatic attitudes.

Keywords: verbal means, non-verbal communication, media discourse, manipulation, creolized text, visualization of information, psycholinguistics.

УДК 8.811.111-26

ЗНАЧЕНИЕ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В ЛИЧНОСТНОМ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ КОНТЕКСТЕ

Т.А. Кашкан, М.А. Ориненко
Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
kashkanbsu@gmail.com, Orimihail2006@gmail.com

В статье рассматривается роль иностранного языка как универсального инструмента профессиональной деятельности в условиях глобальной экономики. Анализируются языковые барьеры в деловой среде. Обосновывается необходимость формирования лингвокультурной компетенции для эффективной международной коммуникации.

Ключевые слова: иностранный язык; международная коммуникация; английский язык; конкурентоспособность; компетенция

Иностранные языки (ИЯ), в частности английский, сейчас служат универсальным средством коммуникации между людьми различных национальностей. В современном мире он стал своего рода краеугольным камнем выживания, без которого добиться успеха становится значительно сложнее. Знание только одного языка значительно ограничивает возможности человека по личностному развитию и по интеграции в современное общество с его многогранной культурой. Известно, что ИЯ это не просто способ коммуникации, а полноценный принцип мышления, собственный взгляд на объективную реальность, обусловленный различными аспектами, вроде исторического и культурного развития.

Часто в повседневной жизни изучение ИЯ происходит добровольно (через хобби, просмотр контента, участие в тематических кружках и клубах). В таком случае основным мотиватором к обучению выступает удовольствие от процесса и достижение определенных целей в ходе обучения [1, p. 5]. Многие люди изучают ИЯ не только ради практической пользы, но и ради познания нового и получения того самого удовлетворения от собственных успехов [3, p. 52]. Возможность прочитать фундаментальный научный труд на ИЯ позволяет уберечься от влияния нюансов перевода, субъективного восприятия и последующей необъективности.

Стоит отметить, что наше время ИЯ становятся не просто инструментом для рабочего взаимодействия с коллегами, но и средством обеспечения повседневного собственного комфорта: человеку доступно большее количество информации, даже получения простого эстетического удовольствия от осознания возможности общаться на чужом языке является достаточным условием для начала его изучения [2, p. 1050]. Важной частью изучения и в принципе желания овладеть каким-либо навыком часто становится не его применение с целью получения бенефиций, а простое человеческое удовольствие; оно может быть совершенно разного рода: от радости в процессе применения новообретённых способностей до обычного осознания своего высокого уровня развития. Важно отметить, что использование

социальных сетей для гибридного изучения языка повышает гибкость и мотивацию в данном процессе [4, p. 5].

Известно, что человек – существо социальное, ему необходимо общение, что и может стать одним из инструментов в изучении языка. При взаимодействии с другими людьми, изучающими ИЯ, интерес к процессу обучения будут «подкармливать» сразу два фактора: социальное веселье, т.е. удовольствие от самого процесса коммуникации с единомышленниками, и вышеупомянутое чувство гордости от преуспевания в предмете [1, p. 12].

ИЯ повсеместно изучаются в заведениях среднего и высшего образования, однако на деле должный уровень знания предмета могут предоставить только лингвистические программы обучения, нацеленные на углубленное изучение темы. Тогда же возникает вопрос, как быть, например, техническим специальностям, где важность знания ИЯ не менее высока, но в учебной программе ему уделяется значительно меньше времени.

В данном случае существует практика прибегания к неформальному образованию, характеризующегося как гибкая и доступная методика, подстраивающаяся под учащегося. В такой модели размываются границы между повседневной жизнью и стандартным образовательным процессом в стенах учебного заведения. Студентами, испытавшими подобную методику, выделяется возросший интерес к процессу обучения, улучшение результатов, за счет большей интеграции изучаемого иностранного языка в реальную жизнь и практическое применение полученных знаний вне стен учебного кабинета. Предмет становится инструментом, используемым для личностного и профессионального роста, а не просто дополнительной строкой в расписании. Одним из самых эффективных методов изучения иностранного языка является подход, где язык осваивается через практическую деятельность, таким образом можно вести комбинированное обучение: изучение программирования на иностранном языке, таким образом одновременно тренируются обе сферы.

В современной реальности с давно уже запущенными и активно протекающими процессами глобализации сложно стать “гражданином мира”, зная один родной язык (если только он изначально не является одним из ведущих). Предположим, что некоторый человек из Беларуси решил построить карьеру и выйти на международную биржу труда. Первоначально будущему специалисту предварительно необходимо пройти курс обучения, тогда же впервые и встаёт вопрос знания ИЯ, ведь большинство ресурсов написано на самых популярных (в частности, на английском), поэтому для качественной квалификации и дальнейшего развития в сфере необходимо знать их. Далее уже почти состоявшийся специалист выходит на трудовой рынок, где ему, согласно ранее поставленным условиям, необходимо общаться с международными компаниями и их представителями. Ранее уже обсуждалось, что ИЯ несёт в себе не просто набор филологических правил, а генетический код и культуру народа, нативно владеющего им. Казалось бы, каким образом культура страны и профессиональная деятельность могут быть связаны? В современном глобалистическом обществе люди всё ещё ценят свои традиции и внимание к ним, в чем как раз-таки знание языков и может помочь: оно значительно упрощает погружение в культуру народа, что значительно упрощает ведение дел и переговоров. Хорошим примером может послужить одна из ведущих мировых держав – Япония с её достаточно необычными для европейского жителя традициями и менталитетом. Но зная их язык, и соответственно разбираясь в их

культуре на должном уровне, значительно проще будет завоевать расположение её представителей.

В зависимости от сферы деятельности знание иностранного языка может стать не просто инструментом, а краеугольным камнем профессии, например, как у переводчиков. В случае незнания языка между сторонами, ведущими переговоры, может образоваться барьер, который в теории может привести не только к отмене предстоящего договора, но и потенциальному ухудшению отношений. Производители и потребители современных технологий предпочитают унифицированные наименования(один из которых, например, зачастую является английский язык) на их производимой и потребляемой продукции по ряду причин: рабочий учит конкретную профессиональную техническую лексику под свою сферу на одном языке и не обязан носить с собой словарь, на разных языках, казалось бы, одинаковые фразы могут иметь несколько иной смысловой контекст и в силу лингвистических особенностей могут, например, даже занимать различное количество строк в условной маркировке, под что вынуждено подстроиться производство, либо же выбрать только определённый ряд наиболее широко используемых языков.

Необходимо упомянуть, что под знанием языка зачастую подразумевается не базовое владение, а полноценное свободное, особенно, если речь идёт о сферах, где у человека нет возможности и просто даже времени перепроверить перевод, а требуется дать быстрый и четкий ответ, как, например, в политических или экономических переговорах, где в процессе их проведения у собеседников могут сложиться непредвиденные ситуации и конфликты, требующие незамедлительного решения. Клишированным, но никогда не устаревающим примером будет всем хорошо известное выражение “*break a leg*”. Очевидно, что незнание его перевода не приведёт к мировому экономическому коллапсу, однако незнание подобного рода устоявшихся специализированных экономических выражений вполне себе может справиться с этой задачей.

Во многих профилях, где эксперт постоянно должен искать новый подход и творчески подходить к задаче, умение сменить вектор движения мысли и развития идеи может оказаться весьма кстати. В таких случаях совершенно иной способ мышления, который может предоставить даже простая смена языка, на котором человек думает, может привести к совершенно новым и эффективным решениям поставленной задачи. Соответственно мы можем вывести, что освоение новых сложных навыков без внутренней мотивации и подпитки интереса со стороны невозможно, а иностранный язык как раз является отличным примером, который в процессе изучения открывает всё большие просторы для исследований и позволяет разделить успех с окружающими, тем самым поддерживая интерес к себе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Pienimäki, M. Finding fun in non-formal technology education / M. Pienimäki, M. Kinnula, N. Iivari // International Journal of Child-Computer Interaction. – 2021. – Vol. 29. – Art. 100283.

2. Putri, S. S. R. The Use of English Subtitles on Netflix for Learning English: Perceptions of Students at Sriwijaya University / S. S. R. Putri, Z. Zuraida // Klasikal: Journal of Education, Language Teaching and Science. – 2025. – Vol. 7, no. 2. – P. 1047–1063.

3. Topal, İ. H. A Systematic Literature Review of Netflix for Language Learning / İ. H. Topal // Boğaziçi University Journal of Education. – 2025. – Vol. 42-4, no. 3. – P. 49–72.

4. Zainuddin, F. N. Sustaining Formal and Informal English Language Learning through Social Networking Sites (SNS): A Systematic Review (2018–2022) / F. N. Zainuddin, M. M. Yunus // Sustainability. – 2022. – Vol. 14, no. 17. – Art. 10852.

THE IMPORTANCE OF FOREIGN LANGUAGE COMPETENCE IN PERSONAL AND PROFESSIONAL CONTEXT

Tatsiana A. Kashkan, Mikhail A. Orinenko
Belarusian State University
Minsk, Belarus

This article examines the role of a foreign language as a universal tool for professional activity in a global economy. Language barriers in the business environment are analyzed. The need to develop linguacultural competence for effective international communication is substantiated.

Keywords: foreign language; international communication; English language; competitiveness; competence

УДК 81'373.237:61]:665.5

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЛАТИНСКИХ НОМИНАЦИЙ ПАРФЮМЕРНОЙ ПРОДУКЦИИ В КОНТЕКСТЕ МЕДИЦИНСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Ю.В. Князева, А.А. Кисель
Гродненский государственный медицинский университет
Республика Беларусь, ms.krasin@mail.ru, asya.kisel08@mail.ru

В статье рассматривается взаимодействие латинских названий парфюмерной продукции и медицинской терминологии, уходящей корнями в аптекарскую традицию, выявляются общие латинские элементы в обеих системах наименований. На примере 250 терминов установлено, что латинские номинации парфюмов часто обращаются к медицинскому дискурсу, формируя образ продукта, благотворно влияющего на здоровье и психоэмоциональное состояние.

Ключевые слова: номинация; парфюмерный дискурс; латинский язык; медицинская терминология; ароматерапия.

Парфюмерия и медицина – две сферы человеческой деятельности, исторически объединенные общей культурой работы с растительными и химическими веществами, а также единым языком их описания – латынью. Античные врачи, в частности Авиценна и Гиппократ, относили запахи к лечебным средствам и использовали их в терапии, что находит продолжение и в современной медицине [6, с.75].

Сегодня, когда рынок ароматов демонстрирует устойчивый интерес к концепции здорового образа жизни, взаимосвязь между терминологией этих сфер становится особенно актуальной для лингвистического анализа. Латынь занимает ключевое положение как в системе медицинских терминов, так и в коммерческой номенклатуре парфюмерной продукции. Если в медицине она служит обязательным профессиональным инструментом, то в парфюмерии выполняет прагматическую функцию: формирует образ продукта, ассоциирующегося с наукой, природным целительством и физиологическим благополучием. Настоящее исследование направлено на выявление механизмов этого семантического взаимодействия.

Цель работы – исследовать лингвистические связи между латинской номинацией парфюмерной продукции и медицинской терминологией, определить общие словообразовательные модели и стратегии использования медицинских концеп-

тов в нейминге ароматов. Методологическую основу составляют компонентный семантический анализ, сравнительно-терминологический метод и лингвокультурологический подход.

История парфюмерии неразрывно связана с медициной и фармацевтикой. Ее истоки можно найти в древних цивилизациях, а родиной парфюмерного искусства по праву считается Древний Египет. В этой стране ароматические вещества играли ключевую роль в религиозных обрядах – их использовали для окуривания храмов, а также при создании бальзамов и целебных мазей [3, с.185]. Люди с давних времен знали о целебных свойствах эфирных масел. В античную эпоху ароматизация помещений была одним из немногих действенных средств защиты от массовых эпидемий. В Средние века пряные травы, выделяющие эфирные масла, прикрепляли на одежду для защиты от чумы, туберкулеза и других опасных инфекционных заболеваний [5, с.9]. Неудивительно, что изготовлением мазей, настоек, бальзамов и духов занимались одни и те же специалисты – аптекари. Само название этой профессии происходит от латинского *pharmacopola* (от греч. *pharmacon* ‘лекарство’ и *polein* ‘продавать’). Само слово парфюм, используемое в наши дни, восходит к латинскому *per fumum* ‘через дым’ [3, с.186].

Это историческое единство отразилось в общей терминологической базе. Слова *balsam* ‘бальзам’, *elixir* ‘эликсир’, *tinctura* ‘настойка’, *aqua* ‘вода’, *essentia* ‘сущность’ – все они одновременно являются медицинскими и парфюмерными терминами латинского происхождения. Так, термин *aqua* в фармакопее обозначает ‘лекарственные воды’ (*Aqua Menthae, Aqua Rosae*), тогда как в парфюмерии – ‘легкие водные ноты’ (*Acqua di Giò, Davidoff Cool Water*). *Elixir* в средневековой медицине (алхимии) – ‘панацея, Философский камень’ (*Elixir vitae*) [1, с.86], а в современной парфюмерии – обозначение ‘высококонцентрированного аромата’ (*Chanel Elixir*).

Сравнительный анализ парфюмерной и медицинской номенклатур позволяет структурировать общие латинские корни по функционально-семантическим группам, выделив три основные категории:

1. Анатомо-физиологическая лексика. Названия ароматов часто апеллируют к телесным образам, используя корни, связанные с физиологией: *peau* (от лат. *pellis* ‘кожа’), *sensus* ‘ощущение, чувство’, *pulmo* (*легкое* – в контексте ‘дышащих ароматов’), *corpus* ‘тело’. Медицинский термин *cutis* ‘кожа’ лежит в основе косметических и парфюмерных линий, позиционируемых как уходовые.

2. Фармацевтическая лексика. Термины *tinctura* ‘настойка’, *extractum* ‘экстракт’, *concentratum* ‘концентрат’ и *purificatum* ‘очищенный’ подчеркивают тесную связь между созданием лекарств и парфюмерией, поскольку используются как в фармакопее, так и в описании нишевых ароматов.

Бренды сознательно конструируют образ *парфюмерной аптеки*. Яркий пример – *Laboratorio Olfattivo* (от лат. *laboratorium* ‘лаборатория’, *olfactorius* ‘обонятельный’). Их названия, такие как *Neroli Purificato*, *Rosamunda*, *Petali*, сочетают ботаническую и фармацевтическую семантику. К этой же категории относятся термины *unguentum* ‘мазь’, встречающаяся в названиях бальзамов для тела, и *pomum* ‘шар’, исторически связанный с твердыми ароматическими массами.

3. Ботаническая лексика. Названия растений в латинской научной номенклатуре служат основой как для медицинских препаратов, так и для парфюмерных композиций. Использование этих терминов создает прямую отсылку к фармакогностической традиции: *Rosa centifolia* (сырье для розовой воды и эфирного масла), *Lavandula angustifolia* (Лаванда, используемая в ароматерапии и парфю-

мерии), *Santalum album* (сандал, применяемый в аюрведической медицине и нишевой парфюмерии). К этой же группе относятся такие названия, как *Mentha piperita* (Мята перечная – для тонизирующих ароматов), *Salvia officinalis* ‘Шалфей лекарственный’ или *Melissa officinalis* ‘Мелисса лекарственная’, где само видовое имя подчеркивает лечебные свойства растения, переносимые на восприятие аромата.

Наиболее явно пересечение медицинского и парфюмерного дискурсов наблюдается в ароматерапии. Эта область создала особую терминологическую среду, которую активно используют современные бренды. Сам термин *aromatherapia* (от лат.-греч. *aroma* + *therapia* ‘лечение’) изначально маркирует лечебный потенциал веществ. Производители усиливают этот эффект, используя в названиях приставки *therapeuticum*, *medica*, *natura*, что позиционирует ароматы как инструменты психоэмоциональной коррекции [2, с.473].

Латинская лексика в ароматерапевтической парфюмерии образует характерные словообразовательные модели. Прилагательные, описывающие действие – *calmans* ‘успокаивающий’, *revitalisans* ‘восстанавливающий’, *purificans* ‘очищающий’, *energisans* ‘тонизирующий’ – заимствованы из фармацевтического словаря [4]. Эта стратегия характерна для брендов, работающих на стыке косметологии, дерматологии и парфюмерии (например, *Avene, La Roche-Posay, Vichy*), которые используют латынь для обозначения терапевтического эффекта своих продуктов.

Показательна семантическая эволюция терминов. Если в медицинской традиции *Aqua mirabilis* ‘Чудесная вода’ – это средневековый лечебный бальзам, то в парфюмерии это название закрепилось за легкими освежающими ароматами с оздоровительным позиционированием. Этот пример демонстрирует механизм семантического переноса: термин сохраняет латинскую форму, но его значение адаптируется под нужды новой индустрии.

В основе этого явления лежит ключевая прагматическая стратегия – медикализация. Это процесс, в результате которого аспекты человеческого существования, ранее считавшиеся немедицинскими, переносятся в медицинскую сферу [7]. В данном случае она подразумевает целенаправленное использование медицинских концептов в парфюмерии для формирования образа продукта, оказывающего положительное воздействие на организм и психику. Медикализация реализуется на нескольких уровнях:

1. Лексический: прямое заимствование терминов (*Elixir*, *Balsam*, *Serum*, *Tonic*, *Essence*).

2. Морфологический: использование суффиксов, характерных для фармацевтики (*-alis*: *Naturalis*, *Vitalis*; *-ens/-ans*: *Revitalisans*, *Calmans*) [4].

3. Синтаксический: создание составных названий по модели субстанция + качество (*Aqua Vitae*, *Rosa Medica*), воспроизводящей структуру фармакопейных наименований.

Прагматический эффект медикализации обусловлен высоким авторитетом медицинского дискурса в массовом сознании. Латинские термины ассоциируются с научной доказательностью и безопасностью. Перенесенные в парфюмерный контекст, они создают впечатление, что аромат не просто приятен, но и полезен, физиологически обоснован. Это особенно актуально в эпоху культуры благополучия, когда потребитель ищет продукты, интегрированные в систему заботы о здоровье.

Проведенное исследование подтверждает, что связь между латинской номинацией парфюмерной продукции и медицинской терминологией носит системный и

исторически обусловленный характер. Эта связь восходит к единой аптекарской традиции, в рамках которой фармация и парфюмерия представляли собой общую практику работы с ароматическими веществами. В современном контексте эта традиция трансформировалась и продолжает развиваться через маркетинговую стратегию медикализации.

Анализ позволил выделить три ключевых уровня взаимодействия этих терминосистем:

1. Исторический: общее происхождение из аптекарского ремесла и наличие базовых терминов-прародителей.
2. Лексико-семантический: наличие общих латинских корней и параллельных значений в медицинском и парфюмерном дискурсах.
3. Прагматический: сознательное заимствование медицинских концептов для создания образа полезного аромата.

Наиболее ярким примером слияния двух сфер выступает ароматерапия, представляющая собой пространство их явной конвергенции.

Результаты исследования имеют практическую ценность для лексикографии, терминоведения и маркетинговой лингвистики, а также могут быть использованы в преподавании медицинской латыни. Перспективным направлением дальнейшей работы является изучение эффективности латинских медицинских терминов в парфюмерном нейминге с позиции маркетинговой коммуникации, включая анализ их влияния на потребительское доверие и формирование брендинговых стратегий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Винокуров, В. В. Алхимия: elixir vitae и искусство умирать / В. В. Винокуров // Идеи и идеалы. – 2011. – Т. 1, № 4 (10). – С. 85–103.

2. Кальдинова, О. В. Ароматерапия как метод воздействия на когнитивные функции и эмоциональное состояние человека / О. В . Кальдинова // Журнал медико-биологических исследований. – 2025. – Т. 13, № 4. – С. 473–487.

3. Лаврентьева, М. А. Исторические аспекты создания и развития парфюмерии / М. А. Лаврентьева // Научные труды КубГТУ. – 2018. – № 11. – С. 185–194.

4. О лексико-грамматическом статусе латинских эквивалентов терминов-существительных с финалями -ант/ -ент/ А. З. Цисык. – Минск : Бел. гос. мед.ун-т, 2014. – 7 с. – URL: https://www.bsmu.by/upload/iblock/01a/t0wzjz5l8cygaqrjr4126lsq4nci1zit/201501151413403.pdf (дата обращения: 03.05.2026).

5. Туманова, Е. Ю. Ароматерапия – просто и эффективно / Е. Ю. Туманова // Энциклопедия эфирных масел / Е. Ю. Туманова. – М., 2014. – Гл. 1. – С. 7–27.

6. Хакимова, Н. Б. Аромат здоровья. Ароматерапия / Н. Б. Хакимова // Лучшие интеллектуальные исследования. – 2024. – Т. 3, № 18. – С. 74–77.

7. Medicalization and Marketing / R. Brennan, L. Eagle, D. Rice. – Bristol: The University of the West of England, 2024. – P.8–22. – URL: https://www.researchgate.net/publication/247738895_Medicalization_and_Marketing (date of access: 03.05.2026).

LINGUISTIC ANALYSIS OF LATIN PERFUMERY PRODUCT NOMINATIONS IN THE CONTEXT OF MEDICAL TERMINOLOGY

Yu. V. Kniazeva, A. A. Kisel

Grodno State Medical University, Republic of Belarus

ms.krasin@mail.ru, asya.kisel08@mail.ru

The article concerns the interaction between Latin perfume names and medical terminology, linked to apothecary traditions. It has been examined the common Latin elements in both naming systems. Based on 250 terms, it has been established that Latin designations of perfumes often refer to medical discourse, forming the image of a product that positively affects health and psycho-emotional state.
Keywords: nomination; perfume discourse; Latin language; medical terminology; aromatherapy.

УДК 811.133.1’42:070:811.161.1’42:070

ДИАЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНСТВА В РАМКАХ МЕДИАЖАНРА «БЛОГ»

О.А. Козлова

Гомельский государственный технический университет им. П.О. Сухого
Республика Беларусь, missfebr1977@mail.ru

Статья посвящена изучению блога как жанра медийного дискурса. В рамках исследования диалогичности публицистического блога предпринята попытка установить диалогические единства (на материале франкоязычного и русскоязычного блогового дискурса), которые трактуются автором как квазидиалогические.
Ключевые слова: медийный; дискурс; жанр; блог; диалогическое единство; стимул; реакция.

На текущий момент с уверенностью можно констатировать, что медийная сфера находится в непрерывном развитии, в результате чего наблюдается подвижность, флексивность и адаптивность всей системы массмедиа к запросам общества. Отметим, что изменения, имеющие место в медиапространстве, затрагивают, в первую очередь, лингвопрагматическую и жанрово-стилистическую организацию общения. Результатом подобных трансформаций являются исчезновение традиционных жанров, зарождение новых, фузия и диффузия уже существующих, что приводит к формированию современного медийного дискурса как оригинального самостоятельного продукта коммуникативной деятельности человека, обладающего своими языковыми особенностями.

Медиажанры сегодня далеки от научного оформления именно в силу их продолжающегося развития, и поэтому лингвистические исследования в области медиакоммуникации отличаются особой актуальностью и наличием широких возможностей для изучения.

По мнению А. Г. Качкаевой действительно новым жанром мультимедиа можно считать журналистский блог, где профессионал выступает и репортером, и комментатором, и модератором, и собеседником [1, с. 129].

Настоящая работа посвящена изучению блога как жанра медийного дискурса. Объектом исследования явился публицистический блог как явление диалогическое и интертекстуальное, а предметом исследования – его диалогичность.

Отметим, что в языковом плане публицистический блог представляет собой совокупность текстов, созданных автором блога (адресантом) и комментаторами (активными адресатами), которые в определенных условиях сетевого формата тоже могут вступать в диалоговое общение между собой.

В рамках нашей работы единицами лингвистического анализа выступили аналитические и художественно-публицистические статьи, поскольку именно в них категория диалогичности выражена в большей степени [2, с. 139]. Источниками материала исследования послужили популярные публицистические сайты Беларуси («СБ. Беларусь сегодня» /https://www.sb.by/ и «Аргументы и факты в Белару-

си» /https://www.aif.by/) и Франции (“Le Monde” /https://www.lemonde.fr/ и “Le Parisien” /https://www.leparisien.fr/).

Вышеупомянутые категории текстов способны выполнять двойную функцию – с одной стороны, они сообщают новые сведения, ставят проблему, а, с другой стороны, мотивируют реакцию адресата, его выход в диалог. Таким образом, диалогичность авторского текста является составляющей диалогичности блога в целом, наряду с собственно диалогом, возникающим между автором и адресатами или же только между адресатами в ходе комментирования информации исходного текста. Если принять концепцию диалогичности М. М. Бахтина, согласно которой текст обладает внутренней и внешней диалогичностью [3, с. 15], мы можем заключить, что и блог обладает двойной диалогичностью, которая включает в себя диалогичность авторского (в нашем случае публицистического) текста (будем считать ее первичной), а также диалогичность текстов-комментариев (будем считать ее вторичной) [4, с. 57]. При этом и текст автора, и текст-комментарий, в свою очередь, обладают внутренней и внешней диалогичностью.

Сам диалог участников блога представляется как сложный и многоуровневый процесс, поскольку, помимо адресанта и адресата, в нем могут участвовать и так называемые «третьи лица», т.е. авторитеты, на мнение которых нередко ссылается и автор, и читатель. Диалог, таким образом, может принимать разнообразные формы (модели): автор↔автор, {автор+третьи лица}↔автор, {автор+третьи лица}→читатель, читатель↔автор, читатель↔читатель, {читатель+читатель}↔читатель, {читатель+читатель}→автор, и др. [5, с. 72]. Все вышесказанное позволяет утверждать, что публицистический блог полифоничен, и речь идет не просто о диалогичности, а полилогичности блога как его фундаментальной категории.

В задачи изучения диалогичности медиажанра «блог» входило установление так называемых диалогических единств. Н.Ю. Шведова считает «диалогическим единством» сочетание реплик в диалоге, которые связаны друг с другом по определенным правилам синтаксической зависимости [6, с. 211]. Для обозначения «сочетания реплик» исследователи используют и другие термины, например, «смысловое целое», «диалогический минимум» (Т. Г. Винокур).

В рамках медийного жанра «блог» мы будем рассматривать диалогическое единство как одну из базовых коммуникативных единиц, состоящую из нескольких смежных реплик (в том числе и имплицитных), объединенных тематической, синтаксической, прагматической видами связности.

По мнению большинства лингвистов, диалогическое единство включает инициативную реплику (стимул) и реактивную (реакцию). При этом стимул и реакция связаны между собой определенными отношениями, которые, по мнению И.П. Святогора, в формально-языковом плане выражаются следующими приемами:

- тождества, т.е. когда последующая реплика в интонации, лексическом и грамматическом составе имеет тождественные с предшествующей репликой элементы;

- эллиптирования, подразумевающего наличие намеков, недомолвок, неполных предложений, восклицаний типа *Ох!; Ах!*;

- сходства, включающего в себя синонимию форм и параллелизм в строении двух реплик;

- подхвата – полемического приема, когда тезис или аргумент (реплика-стимул) развивается в ответной реплике и обращается против адресанта, имея при

этом во много раз увеличенную силу удара (так называемый «эффект бумеранга»);

- коммуникативной недостаточности, когда последующая реплика представлена семантическим словом-предложением [7, с. 6].

Обобщая различные точки зрения на классификацию диалогических единств, представляется возможным выделить такие функциональные пары диалогических реплик, как:

- вопрос→ответ (если функция стимулирующей реплики – запрос информации, а связанная с ней реагирующая реплика выполняет функцию ответа);

- побуждение (предложение, приказание, просьба, пожелание, извинение и т.д.)→реакция на побуждение (выполнение или отказ от выполнения); к данному диалогическому единству можно отнести и формулы речевого этикета (по классификации Т.Г. Винокура) [8, с. 119–120];

- сообщение (информирование, утверждение)→реакция на сообщение (разъяснение, добавление, возражение, согласие, оценка и т.п.); при этом стимульную реплику Т.Г. Винокур, Г.М. Кучинский называют «сообщением», Д.И. Изаренков – «сообщающим речевым действием».

Учитывая отношения, существующие между стимулом и реакцией в диалогической паре, в исследуемом нами материале медийного дискурса (франкоязычного и русскоязычного) можно выделить следующие диалогические единства:

- вопросо-ответные комплексы: *Мрачные перспективы? Весьма; Les raisons du succès? La simplicité de l'appareil* ‘Причина успеха? Простое устройство аппарата’;

- риторические вопросы и восклицания, представляющие собой единство стимула и реакции: *И насколько же опыт порой стоит дороже, чем любая антикварная вещь!*;

- побудительные конструкции: *Не пора ли сократить время рекламы?*; *Attendons la décision finale* ‘Подождем окончательного решения’;

- апелляция автора к читателям: *Давайте будем друг к другу добрее, а?*; *Arrêtez, la coupe est pleine* ‘Остановитесь, чаша переполнена’;

- конструкции, представляющие собой обращение одних читателей к другим (в рамках вторичной диалогичности текстов-комментариев): *Méditez là-dessus, citoyens* ‘Поразмышляйте над этим, граждане’;

- слова-предложения со значением субъективной модальности: *Que dire d'autre* ‘Что тут еще скажешь’;

- эллиптические конструкции, в которых реплика-стимул имеет незавершенную структуру, однако ее имплицитный смысл эксплицируется в реплике-ответе: *С паршивой овцы, как говорится … – Да, много не возьмешь, но хоть шерсти клок*;

- параллелизм (в случае однотипного лексико-синтаксического построения стимула и ответа на стимул): *Эрик так привык? Да, так привык. Так жить, так дышать, так врать*;

- конструкции со словом-предложением *да, нет* (для русскоязычного дискурса) и словом-предложением *ça* (для франкоязычного дискурса): *Да, есть успехи в генетике, биотехнологиях, но без поля и семян производить продукты питания в промышленных масштабах никто не научился*; *Ça, je ne l'admets pas* ‘Это я не приемлю’;

- оценочное диалогическое единство (содержащее оценку авторской позиции, характерно для вторичной диалогичности): *Все, что вы говорите, – это про-*

сто страшилки на ночь; Ça, c'est bien une solution franco-française! 'Это чисто французское решение'.

Заметим, однако, что указанные выше единства не являются собственно диалогическими, а скорее квазидиалогическими, поскольку функционируют не в живой диалогической речи, а в письменной разговорной (в медиажанре «блог»), и, в этой связи, неизбежным оказывается изменение их структуры. Так, в рамках первичной диалогичности, связанной с направленностью исходного авторского текста на диалог, в составе единства зачастую присутствует только реплика-стимул (например, побуждение, вопрос), поскольку реплика-ответ предполагаемого адресата лишь подразумевается. В рамках вторичной диалогичности, предполагающей взаимодействие текстов-комментариев с авторским текстом, а также между собой, стимулирующая реплика адресанта может получить в качестве ответа тоже стимул, например, *«Давайте обратимся к статистике»* (авторский стимул) – *«А давайте не будем!»* (читательский ответный стимул). Инициативная реплика может породить многоуровневое диалогическое единство нелинейного характера, когда реакция содержит оценку несколькими читателями ответной реплики какого-либо одного комментатора позиции автора, что, помимо всего прочего, свидетельствует о многостороннем (полифоничном) характере общения, о чем говорилось ранее.

Таким образом, диалогические единства жанра «блог» представляют собой структурно-семантические единицы дискурса, достаточные для полноты понимания той или иной его части, обладающие многосторонним характером коммуникации и специфическими структурными особенностями (такими, как многоуровневая нелинейная организация), в силу чего относятся нами к квазидиалогическим.

Характеризуя в целом публицистический блог, можно сказать, что, помимо его фундаментального свойства, диалогичности (полилогичности), ему присущи логичность, образность, эмоциональность, оценочность, призывность, которые переплетаясь друг с другом, в конечном счете, обеспечивают успешную реализацию диалогичности (полилогичности) рассматриваемого медиажанра.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / подред. А.Г. Качкаевой. – Москва, 2010. – 200 с.

2. Дускаева, Л. Р. Категория диалогичности (функциональная семантико-стилистическая) / Л.Р. Дускаева // Стилистический энцикл. словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожиной. – Москва : Флинта : Наука, 2006. – С. 130–139.

3. Бахтин М.М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа // Эстетика словесного творчества. – Москва, 1979. – 424 с.

4. Козлова, О.А. О природе диалогичности виртуального публицистического дискурса / О.А. Козлова // Актуальные проблемы лингвистики и межкультурной коммуникации : материалы междунар. науч.-практ. конф., Москва, 13 нояб. 2019 г. : выпуск 4(8). / Рос. гос. ун-т им. А.Н. Косыгина ; редкол. : Е.В. Куликова (отв. ред.) [и др.]. – Москва, 2020. – С. 55–58.

5. Козлова, О.А. Условия реализации диалогической функции в медиажанре «блог» / О.А. Козлова // Иностранные языки: теория и практика. Литературоведение : сб. науч. ст. / Ивановский гос. политехн. ун-т ; редкол. : О.Н. Тарасова [и др.]. – Иваново : ИВГПУ, 2024. – Вып. 18. – С. 67–73.

6. Шведова, Н.Ю. Очерки по синтаксису русской разговорной речи : учебник / Н.Ю. Шведова. – Москва : Изд-во Академии наук СССР, 1960. – 378 с.

7. Святогор, И.П. . О некоторых особенностях синтаксиса диалогической речи в современном русском языке / И.П. Святогор. – Калуга : Калужское книжное изд-во, 1960. – 39 с.
8. Винокур, Т.Г. Диалог / Т.Г. Винокур // Русский язык; Энциклопедия / гл. ред. Ю.Н. Караулов. – Москва: Большая Российская энциклопедия: Дрофа, 1998. – С. 119–120.

DIALOGIC UNITIES WITHIN THE "BLOG" MEDIA GENRE

O.A. Kozlova
P. Sukhoi Gomel State Technical University
Belarus, missfebr1977@mail.ru

The article is devoted to the study of the blog as a genre of media discourse. As part of the study of the journalistic blog dialogicality, an attempt was made to establish dialogical unities (based on French and Russian blog discourse material), which are interpreted by the author as quasi-dialogical.

Keywords: media; discourse; genre; blog; dialogic unity; stimulus; reaction.

УДК 811.161.1‘38:659.123.1

ПРАГМАТИКА ЛЕКСИКИ С НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СЕМАНТИКОЙ В МОДУЛЬНОМ РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ

Е.Т. Костюшко
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы
Республика Беларусь, e_kostiushko@mail.ru

В статье на материале модульных рекламных текстов, размещённых в номерах газеты «Советская Белоруссия» за 1995, 2000, 2005, 2010, 2015, 2020, 2025 гг., обсуждается прагматика использования лексики с национально-культурной семантикой в модульном рекламном тексте. Делается вывод об изменении тенденций обращения к национально-культурному опыту в модульном рекламном тексте.

Ключевые слова: модульный рекламный текст; газета; прагматика; объект рекламы; адресат; адресант.

Значимой характеристикой модульного рекламного текста газеты, под которым понимается поликодовый текст воздействующего типа с нелинейным принципом организации речевого материала [1], является ограниченность пространства модуля. На небольшом пространстве модуля стандартного типоразмера рекламодатель стремится передать основную информацию о товарах и услугах, подчеркнуть выгоды предложения, разместить контакты и др. значимые сведения. Необходимость экономии речевых средств и печатной площади модуля вынуждает рекламодателей использовать различные способы усиления воздействующего потенциала МРТ, в числе которых – использование лексики с национально-культурной семантикой.

Цель данной статьи – выявить прагматическую специфику использования лексики с национально-культурной семантикой в модульном рекламном тексте. Объектом исследования является модульный рекламный текст, предметом – лексика с национально-культурной семантикой в модульном рекламном тексте. Материалом исследования послужил 1071 МРТ, извлечённый методом сплошной выборки из номеров газеты «Советская Белоруссия» за 1995, 2000, 2005, 2010, 2015, 2020, 2025 гг.

Лексика с национально-культурной семантикой используется преимущественно для характеристики всех трёх элементов МРТ: адресанта, адресата и объекта рекламы. При этом выбор данной лексики обусловлен представлением адресанта о потребностях и нуждах аудитории, т. е. с учётом фактора адресата (Н. Д. Арутюнова): «…всякий речевой акт рассчитан на определённую модель адресата. Удовлетворение пресуппозиции адресата составляет одно из важных условий его эффективности» [2, с. 358].

Для имплицитной и эксплицитной характеристики объекта рекламы в проанализированном материале регулярно привлекаются кратонимы, т. е. названия стран, с которыми связано производство и распределение товаров и услуг. Кратонимы активно используются для обозначения страны производителя, чаще всего в рекламе объектов зарубежного производства: *Продукты питания **из Болгарии** в ассортименте* (14.06.1995); *Организация реализует радио-телефоны **производства Японии*** (03.06.1995); *Со склада в Каунасе **(Литва)** продаются крабовые палочки* (01.06.1995).

Анализ показал, что указание страны-производителя в МРТ осуществляется пятью способами.

1. Существительное *производство* в сочетании с кратонимом в ф. Р.п. актуализирует квалитативное значение, т. е. товар имплицитно может наделяться качествами, которые ассоциируются со страной-производителем: *Продукты питания **производства Италии*** (03.06.1995); *Слуховые аппараты **производства Швейцарии*** (06.02.2015). В названных примерах упоминание стран-производителей значимо из-за существующих стереотипов о данных странах. Так, в первом примере Италия в представлении аудитории традиционно связана с качественными продуктами питания, особой узнаваемой национальной кухней, что отражается в рекламе, объектом которой являются макароны, оливки, маслины и др. продукты питания. Во втором примере стереотип о швейцарской точности становится значимым в производстве медицинской техники.

2. Предлог *из* в сочетании с кратонимом в ф. Р.п. характеризует «предмет по его происхождению из названного места» [3, с. 52], т. е. акцент делается в первую очередь на транспортировку и передвижение товара, а не на производство: *Электроинструмент **из Болгарии** (лицензия ФРГ) (13.06.1995); Гаражное оборудование (**из Италии и России**) (13.06.1995).*

3. Кратоним в ф. И.п. выступает как идентификатор подлинности и качества объекта рекламы, а также экономит место в модуле в сравнении с предыдущими способами: *Оборудование оповещения и связи Inter-M **Южная Корея*** (08.06.2000); *Представитель НПЗ «Edlicze» **(Польша)** в Беларуси реализует новые автомобили «Волга» и «Газель»* (15.06.1995); *Производство – Беларусь* (06.02.2015); *Фюзилад Форте (оригинал). **Швейцария*** (09.07.2025); *«GLOBAL TRADING RESOURCE Inc.» **США** предлагает куриные окорочка* (01.06.2000).

Размещение кратонимов в скобках в некоторых из МРТ указывает на то, что сведения о стране-производителе являются факультативными, лишь дополняют основную информацию: *Предприятие реализует: легковой автомобиль «Ниссан» **(Япония)*** (13.06.1995).

4. Производные от кратонимов, хоронимов и ойкомимов относительные прилагательные снижают официальность рекламы, сохраняя значение происхождения объекта рекламы: ***Китайские** джипы* (12.01.2010); ***Японский** двигатель, бензиновый* (03.02.2015); ***Итальянская** арматура* (06.06.2000); ***Английский** хрусталик*

Rayner (13.02.2015); Чай ***индийский*** *– 250 г. (01.06.1995), Кабель эмаль-провод* ***российского и чешского*** *производства* <…> (01.06.1995).

Относительные прилагательные могут сопровождаться оценочной лексикой для эксплицитной демонстрации позитивных характеристик объекта рекламы: ***Ведущая немецкая*** *оптика Fielmann* (06.01.2010); ***Настоящий немецкий*** *инструмент для настоящих мужчин в 23 февраля (13.02.2015);* ***Настоящее финское*** *качество* (18.01.2005).

Относительные прилагательные в рекламном контексте обретают дополнительные значения, которые надстраиваются над основным географическим. Так, прилагательное *европейский,* образованное от хоронима*,* подразумевает высокое качество, соответствие нормам производства: ***Европейский*** *стандарт* (08.06.2000); *Современные деревянные дома* ***европейского*** *уровня* (29.02.2025). Относительное прилагательное *московский,* образованное от ойконима, – низкие цены и выгодное предложение: *Оптом из Минска по* ***московским*** *ценам* (21.01.2005).

В рекламном тексте *Качество немецкое – цены белорусские* (06.01.2010) относительные прилагательные выстраиваются в значениях бинарной оппозиции «свой – чужой». При этом оба значения в рекламном контексте позитивно оцениваются адресантом: *немецкий* используется в значении ‘высококачественный, соответствующий высоким нормам и стандартам производства’, в то время как под *белорусским* понимается ‘недорогой, выгодный’.

В качестве контекстуальных антонимов выступают относительное прилагательное *европейский* и качественное прилагательное *низкий*, образуя бинарную оппозицию «много – мало»: ***Европейское*** *качество по низким ценам* (08.06.2000). В данном примере используется пресуппозиция ‘товары европейского производства подразумевают высокое качество, следовательно, стоят дорого’, поэтому противопоставление с низкими ценами подчёркивает выгодное предложение.

5. Лексемы *отечественный* и *импортный* не называют страну-производителя, однако указывают на принадлежность или непринадлежность объекта рекламы к Республике Беларусь: *Постоянно: линолеум* ***импортный*** <…> *(02.06.1995);* ***Отечественные*** *авто* (06.06.2000); *Аккумуляторы* ***отечественного*** *производства* (09.06.2000); *Стартеры к* ***отечественной*** *автотехнике* (08.06.2000).

Лексика с национально-культурной семантикой привлекается также для указания других значимых характеристик объекта рекламы. Анализ МТР показал, что к числу таких характеристик относятся география распространения товаров и предоставления услуг, использование наименований национальных валют, а также дополнительные выгоды, связанные с покупкой белорусских товаров. Рассмотрим подробнее каждую из категорий.

Для характеристики территорий, на которых осуществляется продажа рекламируемых товаров и оказание услуг, используются кратонимы и хоронимы: *Доставка по РБ до двери* (02.01.2025); *Сервисная поддержка по Беларуси* (08.06.2000); *Осуществляем грузоперевозки: Беларусь, Россия* (07.06.2000); *Вагонные поставки по СНГ* (13.06.1995). Может отмечаться также возможность использования объекта рекламы на определённых территориях: *Оснащены оборудованием для эксплуатации в Западной Европе* (13.06.1995).

Преобладание в МРТ сокращённых форм *Беларусь, РБ* официального названия страны *Республика Беларусь* можно объяснить стремлением к экономии места в пространстве рекламного модуля. Широкий географический охват в рамках страны, распространённость и доступность объектов рекламы адресант подчёркивает

с помощью местоимений *любой* и *весь: Бесплатная доставка в* ***любую*** *точку РБ!* (03.02.2015); *Работаем по* ***всей*** *Беларуси* (13.02.2015); *Бесплатная доставка по* ***всей*** *Беларуси от 1 дня!* (27.03.2025); *Гарантийное обслуживание по* ***всей*** *Беларуси* (06.06.2000).

Указание срока работы рекламодателя на конкретном рынке используется в качестве конкурентного преимущества объекта рекламы и призвано сформировать доверие к адресанту, продемонстрировать его добросовестность и надёжность: *Проверено временем – 8 лет работы на рынке РБ* (08.06.2000); *Опыт поставки на российский рынок – 6 лет* (01.06.2000). Кроме того, может подчёркиваться исключительное место адресата на данном рынке как лидера: *Концерн «ВИЛАТ» –* ***крупнейший с 1991 года импортёр*** *различных видов бумаги и картона* ***в Республике Беларусь*** <...> (19.01.2005); *Первый поставщик в РБ* (11.01.2005).

Наименования национальных валют в МРТ имеют функциональную нагрузку, уточняя особенности предоставления услуги и её оплаты: *Реализуем* ***за белорусские рубли*** (02.06.2000); *Вклады в* ***белорусских рублях****, открываемые в подразделениях банка* (22.02.2025). Наиболее значима данная характеристика в рекламе банков и банковских услуг, где валюта, в которой проводятся операции, является одной из ключевых характеристик рекламируемого объекта: *Скидка на карточку Visa Electron* ***в долларах США*** (15.01.2010); *Вклад «Отличный» в* ***белорусских рублях и иностранной валюте*** (13.02.2015); *АСБ «Беларусбанк» информирует о приёме с 1 февраля 2005 года денежных средств в новый срочный вклад в* ***российских рублях*** *«Накопительный»* (29.01.2005).

Дополнительные выгоды, связанные с покупкой белорусских товаров, активно используются в современной рекламе и служат средством максимизации выгоды: *Кредит на* ***белорусские товары*** (22.10.2025); *4% «на родныя тавары»* (05.03.2025); *0 р. снятие наличных в* ***любых банкоматах страны*** (24.06.2025). Это в полной мере соответствует современной тенденции потребительского патриотизма, под которым понимается «поддержка отечественного производителя товаров и услуг покупками» [4, с. 47]. Так, в рекламе банков активно используются предложения, направленные исключительно на использование товаров и услуг белорусских производителей: *Подойдёт для оплаты образовательных услуг, оказываемых* ***организациями и учреждениями образования Республики Беларусь*** (08.10.2025); *Подойдёт для оплаты медицинских услуг, оказываемых* ***учреждениями здравоохранения Республики Беларусь*** (22.10.2025).

Широко распространённый белорусскоязычный слоган *Купляйце беларускае!* (29.01.2005), используемый в русскоязычном МРТ, также призван формировать и поддерживать потребительский патриотизм у аудитории. Для поддержания визуального образа используется контурное изображение границ Беларуси с фоном, имитирующим государственный флаг.

Лексемы с национально-культурной семантикой в МРТ используются и для обозначения адресата. Например, объект рекламы может быть предназначен исключительно для представителей определённых национальностей или жителей, предприятий и резидентов конкретного государства: *Еврейское женское педагогическое училище «Бэт-Хана» г. Днепропетровск, Украина объявляет набор* ***еврейских*** *девушек* (02.06.2000); *Лаборатория охраны окружающей среды РУП «Минский тракторный завод» принимает заявки от* ***заинтересованных предприятий РБ*** <...> (21.01.2010); *Для* ***граждан РБ*** *и* ***РФ****!* (11.01.2025). Кроме того, использование кратонимов в МРТ может быть связано с особыми условиями приобретения товаров и услуг для граждан и предприятий Республики Беларусь:

Специальная цена для Беларуси *от 10 350 €* (23.01.2010); *Только в ноябре и декабре – тракторы BELARUS* ***со скидкой 10% для резидентов Беларуси*** (08.11.2025).

Наиболее активное использование лексики с национально-культурной семантикой отмечается в текстах поздравлений со значимыми для жителей Республики Беларусь праздниками: Днём Независимости Республики Беларусь, Новым годом и Рождеством, Днём защитников Отечества, Днём работников сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности АПК и др. Рекламодатели обращаются к аудитории, используя лексемы, характеризующих адресата и адресанта как принадлежащих к одному национально-культурному сообществу: *Уважаемые коллеги, труженики,* ***земляки****! (14.11.2025); Дорогие* ***земляки****!* (02.07.2025); *Уважаемые* ***соотечественники****!* (02.07.2025); *Дорогие друзья, коллеги,* ***граждане*** *Республики Беларусь!* (02.07.2025); *Уважаемые гости, друзья, жители прекрасной Беларуси!* (23.12.2025).

Локализация аудитории, связанная именно с национально-культурной принадлежностью, становится значимой для многих рекламодателей: *Тепло и от души поздравляем прекрасную половину нашего коллектива и всех женщин* ***страны*** *с 8 Марта!* (07.03.2025). Ср.: *Тепло и от души поздравляем прекрасную половину нашего коллектива и всех женщин с 8 Марта!*

Поздравительные МРТ используются в первую очередь для формирования позитивного имиджа белорусских производителей: *Коллектив «Технолита» своими разработками делает многое для укрепления экономической безопасности страны, повышения престижа продукции белорусского производства на внешних рынках* (02.07.2025). Рекламодатели акцентируют вклад в развитие определённой отрасли, а также белорусской экономики в целом.

В поздравительных МРТ активно используется лексика патриотического дискурса, используемая для эмоционального воздействия на аудиторию: *белорусский народ, белорусская нация, экономическая безопасность страны, стабильность государства, счастливое будущее страны, независимая и сильная Беларусь, национальная гордость, родные предприятия* и др. Использование данной группы лексики направлено на выполнение функций консолидации общества (*народ, всех белорусов, национальное единство* и т. п.) и сакрализации, формирования и сохранения национальных ценностей (*наши деды, наша земля, родная земля* и др.).

Особое место среди поздравительных МРТ занимают поздравления с Днём Независимости, в которых поддерживается позитивный образ страны в целом: *3 июля можно назвать днём рождения красивой, свободной и независимой Беларуси, который золотыми буквами вписан в летопись истории нашей Родины. Белорусы – счастливые люди, уже более 80 лет они самостоятельно определяют свою жизнь, развивают экономику и социальную сферу, создают сильное и красивое общество, сохраняя верность гуманистическим принципам* (02.07.2025); *Мы гордимся нашей страной!* (02.07.2025). Поздравления с Днём Независимости сопровождаются изображениями историко-культурных памятников и достопримечательностей (Мирский замок, Брестская крепость, Национальная библиотека и др.), а также узнаваемыми национально-культурными символами (аисты, зубры, васильки, колосья, изображение национального флага, контур границ Беларуси и др.).

Таким образом, лексика с национально-культурной семантикой в МРТ используется для обозначения значимых характеристик адресата, адресанта и объекта рекламы. К числу характеристик объекта рекламы и адресанта относятся указание

страны-производителя объекта рекламы, география распространения товаров и предоставления услуг, использование наименований национальных валют, а также дополнительные выгоды, связанные с покупкой белорусских товаров. При обозначении адресата лексика с национально-культурной семантикой используется для локализации аудитории, преимущественно в поздравительных МРТ.

В целом отмечается тенденция в изменении особенностей обращения к национально-культурному опыту. Так, в рекламе 1995-2000 гг. активно использовались отсылки к иностранному опыту, в то время как современная реклама в большей мере направлена на продвижение белорусских товаров и формирование потребительского патриотизма.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Быкова, Е.В. Принципы анализа модульного текста (к постановке вопроса) / Е.В. Быкова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2006. – № 1. – С. 103-106.

2. Арутюнова, Н.Д. Фактор адресата / Н.Д. Арутюнова // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – 1981. – Т. 40. – № 4. – С. 356-367.

3. Золотова, Г.А. Синтаксический словарь: Репертуар элементарных единиц русского синтаксиса. – М.: Наука, 1988. – 440 с.

4. Бельских, Е.И. Стратегия развития потребительского патриотизма в России на основе деловой этики предпринимателей / Е.И. Бельских // Дайджест-финансы. – 2013. – № 7 (223). – С. 47-52.

THE PRAGMATICS OF LEXIS WITH NATIONAL-CULTURAL SEMANTICS IN MODULAR ADVERTISING TEXT

E.T. Kostiushko
Yanka Kupala State University of Grodno
Grodno, Belarus, e_kostiushko@mail.ru

This article, using modular advertising texts published in the 1995, 2000, 2005, 2010, 2015, 2020, and 2025 issues of the Sovetskaya Belorussiya newspaper, discusses the pragmatics of using vocabulary with national-cultural semantics in modular advertising texts. It concludes that trends toward invoking national-cultural experiences in modular advertising texts are changing.

Keywords: modular advertising text; newspaper; pragmatics; advertising object; addressee; sender.

УДК 17.022.1

НАРУШЕНИЕ ПРИНЦИПА ВЕЖЛИВОСТИ В ОБЩЕНИИ

Е.В. Крох
Полесский государственный университет,
Пинск, Республика Беларусь, kroh.e@polessu.by

В данной статье рассматривается определение максимы вежливости, ее характеристики и ключевые аспекты, что представляет собой один из базовых элементов при изучении межкультурных коммуникаций, стратегий коммуникативного поведения и практикумов по культуре речевого общения лингвистических специальностей.

Ключевые слова: лингвистическая вежливость, позитивная вежливость, негативная вежливость, стратегия вуалирования.

Достаточно часто можно заметить использование клише в общепринятых нормах поведения, иными словами в этикете. Реализация этикетных норм предполагает собой вежливую коммуникацию собеседников, то есть проявление уважения друг к другу. Определение вежливости как хороших манер акцентирует процессуальную сторону (поведенческий, внешний план) этого явления. Внешняя сторона является автономной в некой мере, поэтому хорошие манеры могут сочетаться с низкими целями и отсутствием уважения к человеку.

Вежливость неоднократно попадала в поле изучения лингвистов. Основы теории вежливости были заложены в работе П. Браун и С. Левинсона «Politeness: some universals on language usage». Кроме того, опираясь на труды Американского социолога Эрика Гоффмана, авторы избирают базовым элементом своей теории понятие лицо, в котором заключаются две противоборствующие потребности человека: с одной стороны, желание получить одобрение и положительную оценку собеседника (*positive face*), с другой – иметь независимое мнение и относительную свободу суждений (*negative face*). Таким образом, под лингвистической вежливостью понимают умение правильно использовать интерактивные стратегии, исходя из ситуации общения [3]. С их помощью коммуникант способен произвести хорошее впечатление на собеседника и создать позитивный образ или, наоборот, расширить свое персональное пространство, как утверждает Джанет Холмс [4].

В лингвистической литературе вежливость анализируется также в двух направлениях: с одной стороны, в плане исследования общих стратегий поведения, с другой – в плане выявления специфики выражения положительного отношения к человеку на материале частных речевых актов в конкретном языке (извинения, благодарности, комплименты, выражение сочувствия и т.д.). Первое направление представлено в монографии П. Браун и С. Левинсона «Вежливость: некоторые универсалии языкового употребления» и является некой пограничной областью между социолингвистикой и прагмалингвистикой. Второе направление является предметом изучения прагмалингвистики и связано с изучением этикета и речевых актов [1, с. 88].

В основе теоретической концепции П. Браун и С. Левинсона лежит понятие общественного лица как самоуважения индивида, который в процессе общения стремиться защитить свое лицо, отклоняясь тем самым от ясной и прямой коммуникации. На этой основе выделяются стратегии:

- позитивной вежливости (проявление интереса, сочувствия);
- негативной вежливости (выражение пессимизма, извинение) вежливости [3].

Более того, при оценке угрожающих лицу актов (*face threatening acts*) учитываются три базовые социокультурные переменные: социальная дистанция между говорящими (*distance*), степень влияния друг на друга (*power*) и иерархия (*ranking*) [4].

Существуют два основных желания, связанных с самоуважением (сохранением лица):

1. Желание не испытывать помех в своих действиях,
2. Желание получить одобрение.

Эти желания определяют общие поведенческие стратегии смягчения угрозы самоуважению человека, а именно: негативную и позитивную вежливость. Негативная вежливость связана с предоставлением свободы человеку, позитивная вежливость – с демонстрацией единства и солидарности [1, с. 88].

Целью вежливого поведения является представление и убеждение собеседника в добром к нему отношению, тем самым вызывая доброе отношение к самому себе [2, с. 52]. Цель невежливого поведения – стремление выйти на открытый конфликт и выяснить отношения на персональной дистанции, желание унизить партнера по общению, подорвать его статусную оценку на социальной дистанции. Невежливое поведение может и не иметь вовсе цели, что свидетельствует в таком случае лишь об эмоциональном срыве и несдержанности. Предполагаемые и фактические реакции могут не совпадать, так как вежливое обращение может спонтанно вызвать неожиданно отрицательную реакцию, а намеренное оскорбление может и не реализоваться вовсе.

Выделяют три типа поведенческих актов, ограничивающих свободу человека:

1) предопределение будущего действия этого человека (приказы, просьбы, советы, напоминания, угрозы и предупреждения);

2) вовлечение человека в долг (предположения и обещания);

3) выражение желания что-либо получить от человека в будущем (комплименты, выражения зависти и восхищения, а также выражения ненависти и гнева, вожделения)

Существует также два типа поведенческих актов, ставящих под удар позитивную самооценку:

1) отрицательная оценка поступков или мнений человека (выражение неодобрения, критики, презрения, насмешки; жалобы, обвинения и оскорбления, а также возражение, несогласие и вызов);

2) игнорирование достоинств человека (выражение бесконтрольных эмоций, использование табуированных тем, сообщение отрицательной информации о человеке и положительной информации о самом себе, создание чрезмерной эмоциональной атмосферы, явное невнимание к человеку, неправильное обращение к человеку) [1, с. 88].

Все поведенческие акты, ограничивающие свободу или ставящие под удар самооценку человеку, реализуются в трех типовых стратегиях:

1. Намеренная неясность, вуалирование смысла посредством метафоры, иронии, риторических вопросов, различных намеков. Реализация стратегии вуалирования состоит в том, чтобы избежать навязывания своей позиции и стремиться не задеть собеседника явно, тем самым сохраняя свое лицо.
2. Прямое выражение смысла без смягчающих средств;
3. Вежливое выражение смысла в виде негативной (предоставление свободы действий) и позитивной вежливости (выражение солидарности говорящего со слушающим).

Теория вежливости П. Браун и С. Левинсон многими рассматривается как стандартная, но она также представляет собой ценность как модель, которая реализует различные стороны статусной оценки человека. В ряде случаев они руководствовались симметричностью стратегий позитивной и негативной вежливости. К примеру, стратеги оптимизма и пессимизма. Они утверждают, что негативной вежливости соответствует пессимизм в упаковке просьбы, то есть использование отрицания, для того, чтобы получить четко отрицательный ответ от адресата и в то же время не потерять свое лицо. Пессимизм негативной вежливости предполагает большую вероятность отрицательного ответа, но допускает и положительный ответ. Оптимизм позитивной вежливости фактически не оставляет адресату возможности дать отрицательный ответ и не потерять лицо [1, с. 90].

Теория вежливости П. Брауна и С. Левинсона достаточно обстоятельная, вызывает интерес для изучения и по сей день. Её концепция была использована при кросс культурном сопоставлении речевых актов, в гендерных исследованиях, применялась в социальной психологии и в других сферах. Однако, несмотря на очевидный вклад ученых в становление и развитие теории вежливости, работа Браун и Левинсона получила целый ряд критических отзывов, что дает основу для изучения феномена вежливости далее, оставаясь актуальной и в современном мире.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Карасик, В.И. Язык социального статуса / В.И. Карасик. – Москва: Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ин-т, 1992. – 330 с.

2. Морозова, И.И. Коммуникативные стратегии вежливости в стереотипном речевом поведении викторианской женщины: дис. канд. … филол. наук: 10.02.04 / И.И. Морозова. – Харьков, 2004. – 120 с.

3. Центр СоциоКогнитивных Исследований Дискурса при МГЛУ [Электронный ресурс] / Центр социокогн. исслед-й дискурса при МГЛУ. – Москва, 2026. – Режим доступа: http://scodis.ru/%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%BC/%D0%B3%D0%BB%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%B9/%D1%82%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F-%D0%B2%D0%B5%D0%B6%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/. – Дата доступа: 08.05.2026

4. Holmes, J. Politeness Strategies as Linguistic Variables / J. Holmes. – Wellington: Victoria University of Wellington, Elsevier Ltd, 2006.

VIOLATION OF THE POLITENESS PRINCIPLE IN COMMUNICATION

A.V. Krokh
Polessky State University
Pinsk, The Republic of Belarus, kroh.e@polessu.by

This article examines the definition of the maxim of politeness, its characteristics and key aspects, which represents one of the basic elements in the study of intercultural communications, strategies of communicative behavior, and workshops on the culture of speech communication in linguistic fields.

Keywords: linguistic politeness, positive politeness, negative politeness, veiling strategy.

УДК 811.161.1'221'37

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В КОНТЕКСТАХ С ЛЕКСЕМАМИ *ГОВОРИВШИЙ* И *ВЗГЛЯД*

А.Ю. Крохмальник
Гомельский государственный медицинский университет
Республика Беларусь, antony3005@mail.ru

В статье описываются основные структурные и семантические характеристики представления невербальной визуальной коммуникации в контекстах с лексемами *говоривший* и *взгляд*. Анализируются способы репрезентации значений несловесных коммуникативных единиц, важные лексико-синтаксические структуры, описывающие формальные и смысловые параметры компонентов визуального взаимодействия, а также реакции собеседников.

Ключевые слова: взгляд; говоривший; невербальная коммуникация; несловесное общение; невербальное взаимодействие; невербальная коммуникативная единица; герой контекста.

При работе с контекстами, в составе которых употребляются лексемы *говоривший* и *взгляд*, имеет смысл предварительно вспомнить теоретические сведения о такой глагольной форме, как причастие [5], а также при необходимости актуализировать информацию по различным грамматическим категориям русской грамматики [6]. Языковые конструкции со значением прямого взгляда и контакта глаз в художественных текстах [3] описывают коммуникативный потенциал подобных видов невербального взаимодействия. При исследовании особенностей репрезентации визуальных невербальных компонентов в пространстве литературного произведения можно обращаться и к вопросам «водянистости», а также «тошнотности» текста [4], особенно в тех случаях, когда объектом анализа являются соотносимые с прямой речью синтаксические конструкции, выражающие значение единиц несловесной коммуникации. При обучении иностранному языку следует уделять внимание и особенностям невербального взаимодействия [1], а также активно привлекать студентов к научным исследованиям, посвященным представлению несловесных коммуникативных единиц в художественных и иных текстах. Гендерное невербальное поведение в контексте межкультурной коммуникации [2] также может служить темой самостоятельных исследований, в том числе и реферативного содержания.

В подавляющем большинстве репрезентации невербального общения в контекстах с использованием лексемы говорить она имеет значения ‘перен. свидетельствовать, давать представление, передавать информацию о чем-либо’ или ‘перен. сказываться, проявляться в чьих-либо действиях, поступках, словах и т. п.’ О несловесной коммуникации как таковой имеет смысл говорить лишь при реализации первого значения, тогда как во втором случае на первый план выходят непроизвольные и практически не контролируемые действия и паравербальные компоненты, в том числе и интонации, которые указывают на особое эмоциональное состояние героя, чаще всего – нестабильное. Большинство подобных примеров не попадает в нашу выборку, за исключением тех случаев, когда такое состояние дополнительно несет коммуникативную нагрузку.

Особую группу составляют примеры, в которых для описания невербальных визуальных коммуникативных единиц используются лексемы *ничего* и *много*. В одном случае обращает на себя внимание отсутствие какого-либо выражения информации либо эмоций при помощи глаз, а в другом – их глубина и/или многообразие. При этом можно говорить не столько о несловесном взаимодействии как таковом, сколько о его потенциале. Приведенные ниже примеры отличаются простотой анализа для иностранных студентов, поскольку упоминание о лексемах вида *много*, *мало* или *ничего* оказывается достаточным для базовой интерпретации примеров такого типа.

Он молчит, пучит глаза, смотрит на вас пристально и наконец до того доведет вас глупым и ничего не говорящим взглядом своим, что вы против воли от серьезного предмета перейдете к такому, который ему под силу, то есть к самому пустому (А. Погорельский. Двойник или мои вечера в Малороссии). Определения глупый ‘выражающий умственную ограниченность, отсутствие ума’ и ничего не говорящий являются в данном контексте однородными, т. е. характеризующими выразительную способность взгляда. Равнодушие и безучастность его обладателя оказывают непосредственное воздействие на собеседника, которое

выражается при помощи глагола довести ‘своими действиями, поведением вызвать определенное состояние’. Отсутствие эмоционального визуального контакта при невербальном общении в рассматриваемой ситуации повлияло на его содержательную сторону.

Осмотрев внимательно ее роскошный стан, ее пухленькие ручки и, наконец, заметив довольно таинственные и много говорящие взгляды, он не выдержал, подошел к ней и позвал ее на кадриль (А. Ф. Писемский. Сергей Петрович Хозаров и Мари Ступицына). Определения таинственный ‘заключающий в себе тайну, не разгаданный, загадочный, непонятный’, ‘свидетельствующий о знании какой-то тайны’ и много говорящий свидетельствуют об активном использовании невербальной коммуникации одним из персонажей. Подобное несловесное воздействие отличается особой выразительностью, поскольку второй коммуникант в итоге пригласил на танец героиню из рассматриваемого контекста. Приведенный случай является примером того, как невербальная коммуникация не просто передает информацию или эмоциональное состояние персонажа, но и вызывает ответные действия со стороны партнера по общению.

Для последующего составления мини-картотеки контекстов со словами *много*, *мало*, *ничего* и т. д. достаточно воспользоваться таким ресурсом, как Национальный корпус русского языка (https://ruscorpora.ru/), а при формировании поискового запроса необходимо указать лексемы *говорить* (с последующим обозначением пункта *причастие*), *взгляд*, а также *ничего* / *мало* / *много*. Попарное расстояние между перечисленными лексемами можно указывать равным пяти словоформам, что позволит включить в результаты выдачи максимальное количество примеров, которые в будущем подойдут для использования в небольших докладах, тезисах и материалах конференций и т. д.

Синтаксические конструкции, соотносящиеся с косвенной речью, вводятся при помощи союза *что*. Работа с данными примерами является более сложной, так как помимо непосредственной интерпретации описания взгляда рекомендуется обращать внимание на имена прилагательные и глаголы, использующиеся вместе с лексемами *говоривший* и *взгляд*:

Она покраснела за своего отца, еще более рассердилась за то, что покраснела и смелым, вызывающим взглядом, говорившим про то, что она никого не боится, взглянула на княжну (Л. Н. Толстой. Война и мир. Том второй). Характеристики визуальной коммуникации *смелый* ‘перен. рискованный и неординарный; перен. выходящий за границы принятого; нескромный’ и *вызывающий* ‘становящийся причиной появления, порождающий что-либо’ отражают эмоциональное состояние героя контекста, а сходная с косвенной речью конструкция *что она никого не боится* отражает информационную часть невербального высказывания. Следует отметить, что передача фактических сведений и эмоций в рамках несловесного взаимодействия являются неразделимыми, т. е. синкретичными, и ситуативными, т. е. связанными как с использованием определенных средств визуальной коммуникации в той или иной культуре и обществе, так и с интерпретационными возможностями партнеров по общению.

Следующий пример заслуживает особого рассмотрения в связи с тем, что компонент невербальной коммуникации становится лишь одной из составляющих динамично разворачивающихся событий, притом в основном – средствами несловесного взаимодействия: *Девушка уловила этот взгляд, столь много говорящий, и, заслышав новый вопль, с отчаянной тоской оглянулась вокруг себя, почти готовая упасть без чувств от потрясения, и вдруг – не успел еще замереть голос*

Вересова, как она уже стремительно бросилась к Летучему и, закрыв глаза, чтобы преодолеть отвращение, громко поцеловала его (В. В. Крестовский. Петербургские трущобы. Книга о сытых и голодных. Ч. 5). Невербальная коммуникация при помощи глаз в указанном примере может считаться состоявшейся, поскольку партнер по общению (девушка) обратила внимание на выразительный взгляд одного из персонажей и верно интерпретировала подобный несловесный сигнал. Лексемы и синтаксические конструкции *вопль*, *с отчаянной тоской оглянулась*, *бросилась*, *закрыв глаза*, *поцеловала* являются центральными характеризующими элементами быстро разворачивающейся событийной линии, которые дополнительно передают все напряжение создавшихся обстоятельств, в которых проявляются и непосредственная несловесная коммуникация, и сложные внутренние чувства героев, и понимание необходимости практически моментальных действий. Поскольку одному из персонажей угрожала серьезная опасность, о чем он и сообщил другому герою при помощи несловесного канала общения, принимать решение и действовать пришлось максимально решительно и уверенно. Приведенный выше анализ ситуации может присутствовать в том случае, когда в рамках контекста описывается целый ряд обстоятельств, происходящих за достаточно короткое время. Важным элементом является и то, что абсолютное большинство действий происходит невербально, что позволяет прибегнуть сразу к нескольким методам анализа – событийному и языковому, в отличие от иных случаев, когда коммуникативный фон создается исключительно посредством лексических и синтаксических элементов.

Конструкция *столь много говорящий* демонстрирует особую экспрессивность визуального коммуникативного воздействия со стороны находящегося под пытками героя контекста. При ограничении словесного общения практически единственным каналом передачи информации и эмоций становится невербальный, и прежде всего – окулесический. Несмотря на то что описание визуальной коммуникации является в данной ситуации свернутым, ее общий смысл легко восстанавливается из окружающего контекста. Просьба о помощи, желание прекратить процедуру пыток и выйти из опасного для жизни и здоровья положения передаются посредством взглядов на партнера по общению.

Рассмотренный пример необходимо отличать от следующего случая, когда на первый план выходит лишь развернутое описание героев и ситуации в целом при минимуме действий как таковых, зачастую – не имеющих особой значимости в рамках сюжетной линии: *Эту коллекцию небритых и длинноволосых, по большей части украшенных усами физиономий с наглыми взглядами, как бы говорившими: «Мы – не мы, и хозяин – не хозяин!» – угощал пивом такой же пестрядинный халат, вмещавший в себе какого-то спицеобразного мальчонку лет шестнадцати* (В. В. Крестовский. Петербургские трущобы. Книга о сытых и голодных. Части 1–3). При анализе данного контекста отсутствует серьезная необходимость обращения к его хронотопу с целью описания событийного ряда, поскольку в рассматриваемом примере представлена ситуация угощения пивом целого ряда персонажей. Ни один из них не относится к числу главных героев произведения, т. е. не принимает активного участия в развитии сюжетной линии. Вместе с тем с целью развития навыков работы с контекстами из художественных произведений можно обратить внимание на просторечную лексему *физиономий*, а также ряд используемых с ней согласованных и несогласованных определений *небритых*, *длинноволосых*, *украшенных усами*, *с наглыми взглядами*, которые характеризуют ничем не выделяющихся персонажей, которые способны обратить на себя внимание ис-

ключительно при помощи второстепенных элементов внешности. Метонимия *пестрядинный халат*, соотносящаяся со словосочетанием *спицеобразный мальчонка*, также подчеркивает невзрачность подобного персонажа как личности, а также его идентификацию исключительно по предмету одежды. Несмотря на то что представленный выше анализ в данном случае не является строго обязательным, относящаяся к описанию взгляда синтаксическая конструкция *Мы – не мы, и хозяин – не хозяин!* также служит своеобразной иллюстрацией определенного рода пейоративности, сниженности интерпретации художественных портретов героев в рамках контекста. При менее подробном описании можно остановиться на имени существительном *физиономий* и конструкции *пестрядинный халат*, работы с которыми будет вполне достаточно для понимания представленной выше авторской мысли.

Определение *наглый* ‘крайне нахальный; дерзкий, бесстыдный’ становится общей характеристикой визуального коммуникативного взаимодействия со стороны героев контекста. Союз *как бы* ‘как будто’ служит для описания соотнесения невербального взаимодействия с речевой коммуникацией, т. е. лексема *говорить* имеет значения ‘владеть, пользоваться устной речью, языком’, ‘произносить слова, вести речь, выражать в устной речи какие-либо мысли, мнения, сообщать что-либо’ и т. д. Основная смысловая часть несловесного акта общения представлена в виде конструкции, соотносимой с компонентом прямой речи. Подобные синтаксические конструкции обычно указывают на то, что в рамках акта коммуникации передаются не только эмоции, но и фактические данные.

Более простым и классическим примером представления невербальной визуальной коммуникации в рамках художественного контекста является следующий пример. Его ценность заключается в реализации выразительного потенциала взгляда сразу на нескольких уровнях – лексическом и синтаксическом: *Иногда, как у Марьи Ивановны совсем не было игры, она объявляла семь в червях и устремляла пристальный, магнетический взгляд на Катерину Никитишну, ясно говоривший: «Попробуй только вистовать – поставишь ремиз*» (Ю. В. Жадовская. В стороне от большого света). Наречие *ясно* ‘отчетливо, понятно’, равно как и наречие *много*, свидетельствует о высокой степенью выразительности и информативности невербального коммуникативного акта. Имена прилагательные *пристальный* ‘сосредоточенный, напряженно-внимательный (о взгляде, глазах)’ и *магнетический* ‘перен. притягательный, покоряющий’ в сочетании с представленным выше наречием демонстрируют эмоциональную сторону коммуникативного акта, тогда как синтаксическая конструкция, соотносимая с прямой речью, – его информационное наполнение. Имена прилагательные и наречия описывают повышенную выразительность взгляда во время карточной игры, когда словесные реплики и комментарии зачастую становятся невозможными и даже нежелательными.

Приведенный выше контекст может использоваться для обучения иностранных студентов поиску и базовой интерпретации контекстов со словами *говоривший* и *взгляд*, а также позволяет представить небольшой алгоритм комплексной работы с данными примерами:

- поиск слов *говоривший* и *взгляд*, определение их позиции в структуре предложения;
- описание согласованных и несогласованных определений, использующихся вместе со словом *говоривший*, перевод их при необходимости на иностранный язык и обращение к соответствующим словарным статьям;

- анализ синтаксических конструкций после причастия *говоривший*: это может быть как общая тема невербального высказывания в виде словосочетания, состоящего из имени существительного с зависимыми словами в предложном падеже, а также конструкции, соотносимые с компонентами прямой или косвенной речи.

В абсолютном большинстве случаев такого алгоритма оказывается достаточно для работы с теми или иными контекстами. После выполнения всех перечисленных действий можно сделать выводы о внутренней смысловой форме несловесного визуального компонента, его роли в рамках той или иной ситуации (передача фактической информации и/или выражение эмоционального состояния), а также коммуникативного потенциала. При проведении научной работы с иностранными студентами в данном ключе важно проверить правильность и полноту выполнения всех пунктов изложенного выше алгоритма. На завершающем этапе определения внутреннего смыслового наполнения компонентов визуальной коммуникации работу можно построить следующим образом:

- сравнение и соотнесение словарных статей, интерпретирующих определения со словом взгляд, а также синтаксических описаний взглядов в рамках контекста после причастия *говоривший* на предмет одних и тех же слов, а также синонимов;
- составление ряда ключевых лексем (как из словарных статей, так и из синтаксических конструкций с причастием *говоривший*), наиболее значимых для анализа того или иного контекста;
- проведение краткого анализа событий в рамках контекста при недостаточности или относительной неполноте представления внутренней формы невербального визуального компонента средствами словотолкования и интерпретации синтаксических конструкций из примера.

По итогам анализа представленных выше контекстов можно сделать следующие выводы:

1. Выражение невербальной коммуникации в контекстах с лексемами *говоривший* и *взгляд* осуществляется на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях. На лексическом и морфологическом уровнях используются слова, которые дополнительно описывают содержание взгляда (чаще всего речь идет об именах прилагательных) либо специфику его выражения (глаголы). На синтаксическом уровне обращают на себя внимание конструкции, соотносящиеся с прямой либо косвенной речью, а также ряды однородных членов, характеризующих взгляд.
2. Совместное использование одного либо нескольких определений, а также описательных конструкций при характеристике визуальной коммуникации. Анализ подобных контекстов предполагает смысловое соотнесение характеристик, предшествующих лексеме *взгляд* и находящихся после нее. В большинстве случаев речь идет о взаимодополнении значений указанных лексем и синтаксических конструкций, благодаря чему создается единый художественный образ невербальных визуальных коммуникативных единиц. Их понимание и интерпретация читателями контекстов становится более четким и многоплановым.
3. Комплексная работа с примерами, в которых описываются реакции партнера по общению на компоненты визуальной коммуникации, используемые собеседниками. Анализируются как характер ответа на невербальные сигналы, так и языковые средства, использующиеся для их описания.

4. Возможность проведения интерпретации сразу на нескольких уровнях. Чаще всего речь идет об анализе ситуации в рамках контекста, описании особенностей употребления лексем *говорить* и *взгляд*, интерпретации коммуникативно релевантных единиц и т. д. Работа может проводиться как на одном, так и сразу на нескольких уровнях.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дзейтова, Х. Б. Невербальная коммуникация при обучении иностранному языку / Х. Б. Дзейтова, Т. А. Махмудов // Известия Чеченского государственного университета им. А. А. Кадырова. – 2022. – № 2(26). – С. 80–83.

2. Дутова, Н. В. Гендерное невербальное поведение в контексте межкультурной коммуникации : монография / Н. В. Дутова. – Чита : ЗабГУ, 2014. – 120 с.

3. Крохмальник, А. Ю. Особенности репрезентации прямого взгляда и контакта глаз в художественных текстах / А. Ю. Крохмальник // Теория и практика преподавания русского языка как иностранного: достижения, проблемы и перспективы развития : матер. VII Междунар. науч.-метод. конф., Минск, 19–20 мая 2016 г ; редкол. : С. И. Лебединский (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2016. – С. 92–93.

4. Крохмальник, А. Ю. Связь классической и академической «тошноты» и «водянистости» текста с его функциональным речевым стилем / А. Ю. Крохмальник // Компьютерная лингвистика: научное направление и учебная дисциплина : сб. науч. ст. : в 3 т. / Гомел. гос. ун-т им. Ф. Скорины ; редкол. : В. И. Коваль (отв. ред.) [и др.]. – Гомель, 2012. – Т. 2. – С. 60–63.

5. Петрачкова, И. М. Изучаем причастия и деепричастия (на материале языка будущей специальности) : учеб.-метод. пособие к практическим занятиям по русскому языку как иностранному для студентов 2 курса с английским языком обучения факультета по подготовке специалистов для зарубежных стран медицинских вузов / И. М. Петрачкова. – 2-е изд., стер. – Гомель : ГомГМУ, 2014. – 88 с.

6. Петрачкова, И. М. Изучаем язык будущей специальности (повторение предложно-падежной системы русского языка) : учеб.-метод. пособие к практическим занятиям по рус. языку как иностранному для студентов 2 курса с англ. языком обучения факультета по подготовке специалистов для зарубежных стран учреждений высшего медицинского образования / И. М. Петрачкова. – Гомель : ГомГМУ, 2018. – 204 с.

STRUCTURAL AND SEMANTIC FEATURES OF REPRESENTING NONVERBAL COMMUNICATION IN CONTEXTS WITH THE LEXEMES GOVORIVSHIY AND VZGLYAD

A. Yu. Krakhmalnik
Gomel State Medical University
Republic of Belarus, antony3005@mail.ru

This article describes the main structural and semantic characteristics of representing nonverbal visual communication in contexts with the lexemes *govorivshiy* and *vzglyad*. It analyzes the methods of representing the meanings of nonverbal communicative units, important lexical and syntactic structures describing the formal and semantic parameters of visual interaction components, and the reactions of interlocutors.

Keywords: look; speaker; nonverbal communication; nonverbal communication; nonverbal interaction; nonverbal communicative unit; contextual hero.

УДК 811.111

ТИПЫ УПРАЖНЕНИЙ ПО АФФИКСАЛЬНОМУ СЛОВООБРАЗОВАНИЮ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

А.С. Кутуева, З.Р. Ахметзадина
Сибайский институт (филиал) Уфимского университета науки и технологии
Сибай, Россия, aralbayeva01@list.ru

В данной статье рассматривается понятие аффиксального способа словообразования, его виды. Авторами описываются упражнения по аффиксальному словообразованию, которые направлены на закрепление навыков использования приставок (префиксов) и суффиксов для создания новых слов, изменения их части речи и значения, у обучающихся средних классов на уроках английского языка.

Ключевые слова: словообразование, аффикс, суффикс, приставка, английский язык, упражнения.

Изучение словообразования является важным элементом при формировании знаний и представлений об образовании слов, их составе и значении. Благодаря словообразованию, учащиеся учатся разбирать слова на составные части и определять значение каждого слова, без необходимости семантической расшифровки.

Т.В. Попова дает такое определение, согласно которому словообразование – это языковой процесс образования слов, или это наука о формировании слов [6].

Многие лингвисты, в том числе и Е.А. Земская, отмечают словообразование как способ семантизации лексики, то есть исследование значения лексической единицы с помощью аффиксов [5].

Аффиксация – это процесс словообразования в языке, который заключается в добавлении аффиксов к корню или основе слова для изменения его грамматического значения или создания новой лексической единицы. Аффиксация является одним из наиболее продуктивных способов словообразования в современном английском языке по нескольким причинам.

Во-первых, данный способ словообразования является очень практичным – с помощью ограниченного числа аффиксов можно образовывать огромное количество производных слов. Во-вторых, аффиксация обеспечивает структурированность и предсказуемость языка. Говорящий, зная значения определённых аффиксов, может напрямую понимать смысл новых образованных слов. Также важно отметить, что аффиксация предоставляет возможность создания различных частей речи, что остаётся важным фактором для синтаксического разнообразия и гибкости английского языка [1].

Аффиксальный способ является одним из самых продуктивных способов словообразования в языке и включает в себя аффиксы: префиксы – перед корнем, суффиксы – после корня. Существуют также инфиксы – аффиксы, которые соединяют два корня, в русском языке называемые соединительными гласными.

Основной особенностью аффиксов является способность аффиксов влиять на значение слова, что говорит о том, что семантика слова определяется отчасти от наличия у слова префикса или суффикса (помимо корня, как основного значения), или обоих аффиксов.

Стоит отметить также, что аффиксы имеют две основные функции, помимо словообразовательной, они также являются словоизменительными, то есть модифицируют грамматическую основу слова, выражая его отношение к другим сло-

вам в предложении [2]. В результате аффиксального словообразования слова становятся производными.

Аффиксы присоединяются к следующим частям речи:

- Имя существительное – *sadness – грусть*.
- Имя прилагательное – *sad – грустный.*
- Наречие – *sadly – грустно.*
- Глагол – *disconnect – разъединять*.

Изучение аффиксов на уроках английского языка позволяет переводить незнакомые слова, зная только корень слова, а также определять часть речи, так как для каждой из частей речи характерны свои аффиксы, но отмечаются и повторения аффиксов в виде исключения.

Суффиксы -er, -or, -ee, -man являются одними из самых распространённых. Такие суффиксы являются продуктивными, потому что могут присоединяться к словам разных частей речи [7].

Так, например, приставки могут формировать антонимичное значение, например, *possible – возможный, impossible – невозможный*. Суффиксы могут сформировать имя прилагательное, например с помощью суффикса -y – *cloud – облако, cloudy – облачный*.

Рассмотрим типы упражнений из методического сборника Добрыниной И.А., с помощью которых учащиеся могут изучать аффиксальное словообразование [3]:

Упражнения на подбор приставок и суффиксов к корню слова с целью образования новых слов или частей речи, представленных в скобках:

1. You must be ____ when you open the door. (CARE)
2. The countryside looks very ____ now. (COLOUR)
3. That was a very ____ thing to do! (COWARD)
4. He has a ____ routine of exercises. (DAY)

Упражнение на образование однокоренных слов. При работе с данным упражнением, учащиеся преобразуют слова в разные части речи с помощью приставок, суффиксов и обоих аффиксов одновременно:

1. Happy 2. Bad 3. Care 4. Paint.

При выполнении упражнения на подбор префиксов для образования слов с противоположным значением можно использовать любые известные приставки:

1. Late 2. Use 3. Act 4. Play.

Рассмотрим также пример упражнения, где учащемуся по контексту нужно подобрать существительное, образованное аффиксальным способом словообразования:

1. He works in a huge factory. He is a ____.

2. We didn't understand the situation. It was just a ____.

3. I am in the shoe shop. I do ____.

Изучение словообразования основано на исследовании закономерностей присоединения приставок и суффиксов, на их влиянии на часть речи слова и на значение. Способы словообразования лексики в английском языке довольно разнообразны и отражают уникальные особенности данного языка.

Таким образом, мы рассмотрели особенности аффиксального словообразования, роль аффиксов в качестве семантической функции. Были предложены типы

упражнений, которые могут быть использованы для закрепления словообразовательных навыков у обучающихся средних классов на уроках английского языка.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Ахметзадина З.Р., Баскакова Д.А. Аффиксация как ведущий способ словообразования в английском языке // Неделя науки – 2025: Материалы Всероссийской (с международным участием) научнопрактической конференции (г. Сибай, 17-18 апреля 2025 г.). – Сибай: Сибайский институт (филиал) УУНиТ, 2025. – С. 60.

2. Гавриленко В. В. Особенности суффиксального словообразования существительных английского языка / В. В. Гавриленко, В. С. Горбунова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 14 (94). – С. 585-589. – URL: https://moluch.ru/archive/94/21006 (дата обращения: 24.04.2026).

3. Добрыниной И.А. Методическое пособие «Сборник упражнений и творческих заданий по английскому языку по теме «Словообразование». – Улькан., 2022. – С. 7-19.

4. Дубенец Э. М. Современный английский язык. Лексикология. Учебное пособие для студентов гуманитар. вузов / Э. М. Дубенец. — М.: Глосса-пресс; СПб: КАРО, 2004. – С. 192.

5. Земская Е. А. Словообразование как деятельность: моногр. / Е. А. Земская. – М.: Изд-во КомКнига, 2005. – С. 224.

6. Попова Т. В. Словообразование и текст: контекстуальное словообразование по аналогии. Вестник Оренбургского государственного университета. – 2012. – №11 (147). – С. 111-113.

7. Трофимова З. С. Словарь новых слов и значений в английском языке = Dictionary of New Words and Meanings: словарь / З. С. Трофимова. М.: АСТ: Восток Запад, 2006. - С. 302.

TYPES OF EXERCISES ON AFFIXAL WORD FORMATION IN ENGLISH

A.S. Kutueva, Z.R. Akhmetzadina

Sibay Institute (branch) Ufa University of Science and Technology

Sibay, Russia, aralbayeva01@list.ru

This article discusses the concept of the affixal method of word formation, its types. The authors describe exercises on affixal word formation, which are aimed at consolidating the skills of using prefixes (prefixes) and suffixes to create new words, change their parts of speech and meaning, for middle-grade students at English lessons.

Keywords: word formation, affix, suffix, prefix, English, exercises.

УДК 371.26:316.77

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПРОФЕССИИ ГЛАЗАМИ ШКОЛЬНИКОВ: МИФЫ, СТЕРИОТИПЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

К.Е. Лазуткина

Дальневосточный государственный медицинский университет

Хабаровск, Россия, lazutkina01@mail.ru

В статье исследуются стереотипные представления старшеклассников о лингвистических профессиях, формируемые под влиянием массовой культуры и цифровых медиа. Актуальность обусловлена необходимостью модернизации школьной профориентации в условиях трансформации лингвистики в междисциплинарную область. Цель работы – деконструкция профессиональных мифов через сопоставление восприятия учащихся 9–11 классов с реальными стандартами отрасли. Результаты подтверждают доминирование

узкого понимания лингвистики как педагогической или механической переводческой деятельности, распространённость мифов о полной автоматизации перевода и низкой доходности сферы. Обоснована необходимость внедрения практико-ориентированных форм профориентации для формирования объективного представления о профессии.

Ключевые слова: лингвистические профессии, стереотипы, старшеклассники, профориентация, компьютерная лингвистика, массовая культура.

Пространство современного школьника плотно окружено романтизированными образами лингвистических профессий – от художественных фильмов до популярных блогов. Они представляют переводчиков как неутомимых путешественников, а лингвистов – в роли детективов, расшифровывающих таинственные тексты. Такие примитивные источники информации искажают действительную реальность и стойко формируют мифы и стереотипы, связанные с изучением языка. Получая информацию только из развлекательных источников, они редко задумываются о постоянном профессиональном развитии. Социальные стереотипы также усиливают этот дисбаланс.

Целью данного исследования является проведение деконструкции сложившихся мифов через сопоставительный анализ стереотипных представлений школьников с реальными профессиональными стандартами и практиками.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью модернизации школьных программ профориентации, которые до сих пор редко учитывают современные тенденции развития лингвистики как междисциплинарной области знаний.

Научные задачи исследования включают эмпирическое выявление стереотипов через анкетирование и глубинные интервью с учащимися 9-11 классов, что позволит составить репрезентативную картину их восприятия лингвистических профессий. Полученные данные будут систематизированы по типам искажений (профессиональные, гендерные, карьерные) и источникам их формирования (СМИ, образовательная среда, семейные установки). Сравнительный анализ выявленных стереотипов с профессиональными стандартами и реальными кейсами из практики лингвистов станет основой для объективной оценки масштаба проблемы.

Давайте разберем какие источники формируют представления о лингвистических профессиях. В современном мире в первую очередь мы обратим внимание на социальные сети, популярные блоги. Именно эти источники являются первостепенными для получения любой информации у современных школьников. В данной сфере картинка любой сферы подается через гиперболизацию положительных сторон, транслируя лишь творческую составляющую профессии, например работу с художественными текстами, переводы встреч и конференций или изучение экзотических языков. Семейное окружение очень часто формируют устаревшие взгляды на лингвистические профессии как непрактичные. Родители ассоциируют данную сферу работы только с педагогической деятельностью.

Анализ опросов выявил устойчивое формирование представления о лингвистических профессиях преимущественно с педагогической деятельностью. Такой узкий взгляд формируется только в условиях ограниченного доступа профессиональных образцов у школьников. Учащиеся не рассматривают лингвистику как область научных исследований или технологических разработок. Данный стереотип ограничивает профессиональный выбор и снижает привлекательность дисциплины для потенциальных абитуриентов. Исследование показало поверхностное понимание школьниками научно-исследовательской составляющей лингвистиче-

ских профессий. Многие респонденты сводят деятельность специалиста к механическому переводу текстов или заучиванию грамматических правил. Подобные представления не учитывают аналитический и творческий характер современной лингвистической работы. Статистические данные подтверждают общую тенденцию недостаточной осведомлённости: «58,2% старшеклассников не выбрали профессию, не знают, где будут учиться, работать после окончания школы; 50%, как правило, не связывают выбор профессионального будущего со своими реальными возможностями и потребностями рынка труда»

Очень часто школьники рассуждая на тему актуальности профессии переводчика ссылаются на развитие автоматизированных систем перевода. Данный миф подкрепляется повсеместным использованием онлайн-переводчиков, нейросетевых технологий в повседневной практике от перевода упаковки товара до перевода иностранного сайта для совершения покупки. Человеческий фактор остается незаменимым при передаче культурно-специфических элементов, подтекста и эмоциональных нюансов оригинала.

Распространенный стереотип о низкой доходности лингвистических профессий не учитывает их дифференциацию по отраслям и уровням квалификации. Переводчики в международных компаниях, корпоративные тренеры по коммуникациям и разработчики лингвистических алгоритмов демонстрируют конкурентоспособные заработные платы.

Выявленные стереотипы демонстрируют четкую структуру по критериям происхождения. Культурные стереотипы формируются преимущественно под влиянием масс-медиа, создающих упрощённые образы переводчиков и филологов. Образовательные и социально-экономические стереотипы возникают вследствие недостаточной информированности о реальных требованиях к специалистам. Как отмечают исследователи, «социокультурный подход позволяет выявить факторы влияния различных общественных процессов на социальное и профессиональное самоопределение старших подростков». Экономические мифы связаны с завышенными ожиданиями относительно доходов лингвистов, тогда как образовательные стереотипы сводят профессиональные компетенции к механическому владению иностранными языками.

Исследование подтвердило наличие устойчивую взаимосвязь между гендерными стереотипами. Большинство опрошенных представляют профессию лингвиста «женской», считая, что переводчику и филологу присуще такие качества как усидчивость и внимательность.

Обратимся к действительной картине профессии переводчика и лингвиста. К профессиональным обязанностям специалиста можно отнести аналитическую обработку текстовой информации, семантический анализ текстов, создание онтологий. Такие задачи требуют применения не только языковых знаний, но и знаний в компьютерных предметных областях. Специалисты участвуют в разработки нейросетевых технологий, обеспечивая их точность и адаптивность к различным контекстам.

Современный российский рынок труда демонстрирует устойчивый спрос на лингвистов-аналитиков, особенно в IT-секторе и государственных структурах. Крупные технологические компании активно привлекают специалистов по компьютерной лингвистике для разработки систем обработки естественного языка и чат-ботов. Профессиональные переводчики всё чаще выполняют функции редакторов и пост-редакторов, обеспечивая лингвистическую экспертизу в узкоспециализированных областях. Карьерные траектории лингвистов характеризуются ги-

бридностью профессиональных ролей и междисциплинарной направленностью. Многие специалисты успешно совмещают научно-исследовательскую деятельность с преподаванием или практической работой в корпоративном секторе.

Коррекция искаженных представлений о лингвистических профессиях требует внедрения практико-ориентированных методов обучения. Мастер-классы и проектные работы позволяют школьникам непосредственно взаимодействовать с реальными профессиональными задачами. Школьники получают возможность осознать практическую значимость лингвистических исследований в различных сферах. Подобные методы формируют более объективное представление о профессии, выходящее за рамки традиционных стереотипов.

Эффективным инструментом преодоления стереотипов выступает разработка междисциплинарных проектов, демонстрирующих прикладное применение лингвистических знаний. «Поиск новых решений в области профессионального самоопределения в условиях непрерывного образования предполагает: – усиление интеграции образовательных и предметных областей с внеучебной практикой, дополнительным образованием... – обеспечение консолидации ресурсов и усилий школы с другими образовательными организациями... предприятиями, научными учреждениями, бизнесом».

Проведенное исследование выявило устойчивые стереотипные представления о лингвистических профессиях среди старшеклассников, сформированные преимущественно под влиянием массовой культуры. Кино и литература создают романтизированные образы переводчиков как авантюрных путешественников, тогда как менее эффектные специализации остаются в тени. Поверхностные социальные представления закрепляют упрощённые ассоциации с профессией, игнорируя её научно-исследовательские аспекты. Это приводит к однобокому восприятию лингвистики и недооценке таких направлений, как корпусная лингвистика или языковое преподавание.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Байрамова Н.Н. Современное состояние русского языка // Образование наука и инновационные идеи в мире. – 2024. – №56. – С. 112–116.

2. Зубов А.В., Зубова И.И. Информационные технологии в лингвистике. – Москва: Издательский центр «Академия», 2004. – 208 с.

3. Касьянова Т.И., Мальцев А.В., Шкурин Д.В. Профессиональное самоопределение старшеклассников как общественная проблема // Образование и наука. – 2018. – №7. – С. 168–187.

4. Кульпина П.В. Особенности репрезентации стереотипов в сфере масс-медиа // Материалы конференций. – Великий Новгород, 2016. – С. 666–667.

5. Мальцев А.В., Касьянова Т.И., Закревская О.В. Профориентация в современной школе: взгляд учителя // Образование: вызовы нового времени. – 2021. – С. 206–209.

6. Мелихова Е.В., Уланова К.Л., Бочкарева Т.С. и др. Социолингвистика и гендерные различия в языке // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – 2024. – №10. – С. 189–192.

7. Пряжникова Е.А. Профориентационная программа для школьников «ТаланТы будущего». — Москва: Финансовый университет при правительстве РФ, 2020. — 24 с.

8. Розикова М.Р. Развитие социолингвистических исследований: ключевые этапы и достижения // Gospodarka i innowacje. — 2024. — №44. — С. 271–275.

9. Ткачева Ю.Г. Компетентностный подход как основополагающий фактор дидактического обеспечения процесса обучения будущих переводчиков // Актуальные проблемы переводоведения в XXI столетии. — Горловка, 2016. — С. 110–112.

10. Трубина Г.Ф. Обучение иностранному языку и профессиональное самоопределение старшеклассников // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – №3. – С. 146–147.
11. Чистякова С.Н. Актуальность проблемы профессионального самоопределения обучающихся в современных условиях // Профессиональное образование и рынок труда. – 2018. – №1. — С. 54–60.
12. Litvinenko E.V. Dominant motives in second language learning in study abroad context // Вызовы и тренды мировой лингвистики: Казанский международный лингвистический саммит. – Казань, 2021. – С. 245–247.

LINGUISTIC PROFESSIONS THROUGH THE EYES OF SCHOOLCHILDREN: MYTHS, STEREOTYPES AND REALITY

K.E. Lazutkina
Far Eastern State Medical University
Khabarovsk, Russia, lazutkina01@mail.ru

The article explores the stereotypical perceptions of high school students about linguistic professions, which are influenced by mass culture and digital media. The relevance of the study is driven by the need to modernize school career guidance in the context of the transformation of linguistics into an interdisciplinary field. The aim of the work is to deconstruct professional myths by comparing the perceptions of 9th-11th grade students with the actual industry standards. The results confirm the dominance of a narrow understanding of linguistics as a pedagogical or mechanical translation activity, as well as the prevalence of myths about the complete automation of translation and the low profitability of the field. The necessity of introducing practice-oriented forms of vocational guidance for the formation of an objective view of a profession is substantiated.

Keywords: linguistic professions, stereotypes, high school students, vocational guidance, computer linguistics, mass culture.

УДК 811.133.1'38

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОГО КОМПЬЮТЕРНОГО СЛЕНГА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

О.В. Лапунова
Белорусский государственный университет,
Минск, республика Беларусь, olga-2980@mail.ru

В статье рассматривается функционально-прагматическая обусловленность перевода на русский язык профессионализмов как разновидности английского компьютерного сленга. Проведен семантико-прагматический анализ способов перевода на русский язык англоязычных вариантов профессионального компьютерного сленга; выявлены способы перевода сленгизмов в контексте их функционального потенциала.

Ключевые слова: компьютерный сленг; профессионализм; способ перевода; переводческая трансформация.

В словаре-справочнике лингвистических терминов Д.Э. Розенталя и М.А. Теленковой сленгом называются слова и выражения, употребляемые лицами определённых профессий или социальных прослоек [3, с. 394].

Мы придерживаемся мнения Е.Е. Матюшенко о том, что помета «сленг» должна быть оставлена только для той части словарного состава языка, которая, будучи противопоставлена литературному словарю, не содержит диалектизмов и

слов жаргонного характера. Жаргонные слова и арготизмы должны при этом выделяться в особую группу и обозначаться соответствующими терминами [1, с. 28].

И.В. Пеллих определяет сленг как «разновидность речи, используемую преимущественно в устном общении отдельной относительно устойчивой социальной группы, объединяющей людей по признаку профессии, положения в обществе, интересов или возраста; часть разговорной лексики, отражающей грубовато-фамильярное, иногда юмористическое отношение к предмету речи» [2, с. 106].

Компьютерный сленг существует уже давно, пополняясь новыми языковыми единицами. Роль и место данной разновидности сленга в современной речевой культуре остаются неоднозначными и требуют исследования и анализа. Лексика компьютерщиков не фиксируется, не имеет строгих правил построения. Невозможно зафиксировать все окказионализмы, возникающие в динамической системе компьютерного сленга. Безусловно, важным способом передачи функциональных вариантов компьютерного сленга на другой язык являются переводческие трансформации.

Функциональная специфика современного компьютерного сленга представлена следующими основными разновидностями: аббревиатурами, профессионализмами и обиходным сленгом. Для каждой из выделенных групп характерны свои функции. Так, аббревиатуры в компьютерной сфере выполняют номинативную и когнитивную функции, связанные с экономией языковых средств, а также функцию создания новых единиц номинации, когда аббревиатура служит для образования новых слов в языке. Кроме того, для аббревиатур, прежде всего, инициальных, характерна функция условного знака заменителя. Профессионализмы реализуют коммуникативную, развлекательную и профессиональную функции. Основными функциями, реализуемыми обиходным сленгом, который является разновидностью молодежного, выступают репрезентативная, конспиративная, опознавательная, эмоционально экспрессивная, номинативная, мировоззренческая и функция так называемой психологической разгрузки.

В настоящем исследовании мы проанализируем способы перевода вариантов компьютерного сленга путём комбинирования различных переводческих приемов. Для этого мы рассмотрим различные варианты перевода сленговых единиц, выполненные пользователями сети Интернет и проанализируем их особенности.

Материалом для проведения исследования послужили переписки на интернет-форумах, онлайн уроки, чаты и статьи. Исследование проводилось в три этапа методом функционально-семантического анализа содержания структуры единиц компьютерного сленга, а также семантико-прагматического анализа специфики перевода разновидностей английского компьютерного сленга средствами русского языка.

При передачt профессионализмов как единиц компьютерного сленга используются различные переводческие трансформации:

AntiSpam module is fully compatible with Drupal 6 [5].

Пользователи сети Интернет переводят данное предложение следующим образом:

‘Хспам модуль полностью совместим с Дирол 6’ [5].

В данном примере используется транслитерация при переводе профессионализма *Antispam* с графической заменой приставки *anti–* на знак 'Х'. Профессионализм *Drupal 6* представляет собой перевод при помощи обратной транслитерации.

Для перевода же следующего дискурсивного фрагмента пользователи сети Интернет предлагают несколько вариантов перевода:

Is there a monitor, that does not have this screen door effect?!

1. ‘Существует ли моник, у которого нет «эффекта москитной сетки»?!’

2. ‘Есть ли такой монитор, у которого нет эффекта обмана зрения?!’ [5].

В первом варианте перевода *monitor* передается на русский язык при помощи транслитерации и усечения второго элемента *–tor* путем добавления суффикса *–ик* с уменьшительно-ласкательным значением. При передаче на русский язык выражения *screen door effect* был использован аналоговый перевод.

Во втором варианте перевода (‘Есть ли такой монитор, у которого нет эффекта обмана зрения?!’) *monitor* переводится на русский язык при помощи транслитерации, а для передачи выражения *screen door effect* используется описательный перевод.

Представляется, что с точки зрения соблюдения принципов адекватности перевода [4], наиболее прагматически обусловленным вариантом перевода выступает второй вариант, так как транслитерация сохраняет форму слова, а описательный перевод способствует раскрытию значения сленговой единицы:

Для передачи следующего дискурсивного фрагмента предлагается также несколько вариантов перевода:

This forum is for general questions and feedback related to MS Outlook –

1. ‘Этот форум для общих вопросов и комментов, по теме автоглюк’.

2. ‘Этот форум предназначен для общих вопросов и комментариев, связанных с Аутлук’ [5].

В первом варианте перевода передача профессионализма *MC Outlook* осуществляется путем использования комбинированного приема кальки и усечения первых двух компонентов *MC* и *Out–* с добавлением приставки греко-латинского происхождения *авто–*.

Во втором варианте перевода сленговая единица *MC Outlook* передана на русский язык при помощи транслитерации путем усечения компонента *MC*.

Представляется, что переводчик должен учитывать специфику аудитории, которой будет адресован перевод контекстуального фрагмента с использованием сленговых единиц. Так, если реципиентами переводного текста выступают активные пользователи компьютерной техники, а текст перевода будет использоваться в условиях неформального общения, то переводной эквивалентный вариант сленгизмов может успешно использоваться в повседневном виртуальном (или реальном) общении указанной категорией лиц. Если же переводной текст рассчитан на обывателя, то его переводчик должен использовать преимущественно экспликацию или комбинированные приемы перевода для интерпретации семантики сленгизмов. В таком случае, наиболее адекватным будет использование зафиксированных в двуязычных словарях эквивалентов, а при их отсутствии – описательного перевода или комбинирования наиболее часто используемых приемов (кальки, полукальки, транслитерации, усечения и т.д.

Рассмотрим варианты перевода на русский язык следующего дискурсивного фрагмента:

My girlfriend had a DOOM shirt made for me this past Christmas –

‘У моей девушки была рубашка Думляндии, сделанная для меня на это Рождество’

‘У моей девушки была рубашка Дум, которую сделали для меня на это Рождество’ [5].

В первом варианте перевода при передаче с английского языка на русский профессионализма *Doom* (название компьютерной игры) использовалась калька с добавлением суффикса – *ляндия*. Данный сленгизм используется для обозначения компьютерных пространств, игр и сайтов в Интернете.

Во втором варианте перевода данного дискурсивного фрагмента использовался прием транслитерации. Думается, что оба предложенных варианта уместны для использования в условиях неформального виртуального общения.

Для передачи на русский язык следующего дискурсивного фрагмента использовались различные варианты переводческих приемов:

Look, I'm a game developer –

'Смотри, я геймдевелопер'

'Посмотрите, я разработчик игр' [5].

В первом варианте перевода сленгизм *game developer* переводиться авторами при помощи транслитерациии и словосложения (объединения двух компонентов *game* + *developer* в одно слово).

Во втором варианте перевода в качестве переводческого приема была использована калька. Представляется, что использование переводческого приема калькирования решает задачу передачи формы и значения профессионализма, а прием транслитерации не раскрывает значения слова для людей, не владеющих английским языком.

Для следующего дискурсивного фрагмента предлагается несколько вариантов перевода на русский язык:

If you make a free demo version of the game and in the game you give the option to the player to buy the full version, how would you update the game to the full version?

'Если вы делаете демонстративную версию игры и в ней есть функция купить полную, то как обновить до полной версии?'

'Если вы делаете дымоверсию игры и в ней есть функция купить полную, то как обновить до полной версии?'

'Если вы делаете дамаверсию игры и в ней есть функция купить полную, то как обновить до полной версии?' [5].

В приведенных вариантах перевода были использованы калькирование (первый вариант перевода) и фонетическая мимикрия (второй и третий варианты перевода): *demo* (дама и дым). Все предложенные варианты уместны для неформального виртуального общения. Самым подходящим мы считаем первый вариант, так как он способствует экономии времени и пространства, что важно в условиях виртуального общения.

Анализ фактического материала показывает, что калька, транслитерация и усечение являются наиболее используемыми приемами при переводе профессионализмов. Если реципиентами переводного текста выступают разработчики компьютеров, а текст перевода будет использоваться в условиях неформального общения, то даже те единицы, которые могут показаться обывателю странными, необычными и непонятными, могут успешно использоваться в повседневном виртуальном или реальном общении указанной категорией лиц. Выбор способов передачи того или иного сленгизма зависит от того, на какую аудиторию рассчитан данный перевод, а также от специфики пространственно-временного контекста.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Матюшенко, Е.Е. Современный молодежный сленг: формирование и функционирование / Е.Е. Матюшенко. – Волгоград.: Изд-во «Кассандра», 2007. – 226 с.

2. Пеллих, И.В. Молодежный сленг как социальная разновидность речи // Вестник

Адыгейского государственного университета. – 2008. – Вып. 1. – С. 106–108.
3. Словарь-справочник лингвистических терминов / Д.Э. Розенталь, М.А. Теленкова. – М.: Просвещение, 1976. – 543с.
4. Швейцер, А.Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты / А.Д. Швейцер. – М.: Наука, 1988. – 176 с.
5. Internet Forum Online Search [Electronic resource]. URL: http://www. youandyourwedding.co.uk (date of access: 20.03.2026).

FUNCTIONAL SPECIFICITY OF MODERN COMPUTER SLANG (BASED ON THE ENGLISH LANGUAGE)

O.V. Lapunova
Belarusian State University,
Minsk, Belarus, olga-2980@mail.ru

This article examines the functional and pragmatic determinacy of translating professionalisms into Russian as a type of English computer slang. A semantic and pragmatic analysis of methods for translating English-language variants of professional computer slang into Russian is conducted, and methods for translating slang expressions are identified in the context of their functional potential.

Keywords: computer slang; professionalism; translation method; translation transformation.

УДК 81

РОЛЬ ПРАГМАТИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ В ФОРМИРОВАНИИ ТЕКСТА

Ш.А. Мамедова
Азербайджанский государственный педагогический университет
Баку, Азербайджан, tamedova-shalala@mail.ru

В повседневной жизни нас окружают различные предметы и события. Отношения между ними формируют различные ситуации. В этом случае язык использует более сложные единицы – тексты для описания данных ситуаций, тесно связанных друг с другом семантически и структурно. Таким образом, происходит номинация на уровне текста. В целом, номинация является одним из способов формирования текста.

Ключевые слова: дедукция, детерминация, отношение, оппозиция, код, последовательность.

In the middle of the 20th (50-60) century considerable investigations on the text and its categories have been carried out. Text is characterized from different points of view [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7]

The first scholar who identified a succession of dependent sentences as a special syntactic unit was the Russian linguist N.S.Pospelov. He called the unit a "complex syntactic unity" (mürəkkəb sintaktik bütöv) [8, p.56]. We share this view point in our investigation. As a rule, in most cases existential sentences are used as introductory ones. Existential sentences are used to give information, which is *"new"* for the listener, but *"old"* for the speaker. The following sentences help the listener to determine the given information. In this way, there is such an opposition in the text: *"new", "old"*. This refers to the organization of a text in terms of the functions *"old"* and *"new"* [9].

The investigation of relations between the components of existential sentences is of great importance from pragmatics and cognitive points of view. As a whole, studying existential sentences is directly connected with various aspects of textual linguistics.

Such approach gives us a better chance to have an idea about the notions of presupposition, reference, deictic relations, topic-comment relations. It is also necessary that text grammars are closely connected with such disciplines as psycholinguistics and pragmatics.

The ordering of the sentences in the text depends on the following pragmatic factors: *1) The division of information; 2) The ordering of speech acts; 3) Focus and perspective; 4) The change of the space where the action takes place and the change of topic-comment; 5) The adding of new reference; 6) The changing of places of the speakers in a dialogue* [10, p.279].

In order to form a new text the above mentioned pragmatic p factor are used in mutual relation. The use of a certain factor depends on the topic the speakers talk about. Under the speech act we understand the speaker and the listener, and the given information. At the same time context, contact and code play an important role in the formation of speech art [3, p.12]. One of the main factors influencing the formation of speech act is pragmatics. Pragmatics is the study of *1) speaker meaning; 2) contextual meaning; 3) how more gets communicated than is said; 4) the study of the expression of relative distance* [11, p.3]. Proceeding from the above given definitions we may come to such a result that pragmatics is the study of the relationships between linguistic forms and users of those forms. It is impossible to isolate pragmatics from sematic, syntax and sigmatic. Syntax studies:

1) the relation of language sighs; 2) the correct use; 3) the correct or wrong choice. Semantics studies the relations of the objects existing in the reality. Sigmatic studies the relation of the sigh with the object [4, p.314].

F. Veysalli comes to such a conclusion that linguistic pragmatics has very complicated peculiarities. It studies: *a) contextual meaning; b) what is said (written, read, heard).* At the same time pragmatics tries to find out additional meanings. Generally, the sphere of pragmatics is very wide. On the whole, pragmatics is all the levels of a language [4, p. 323].

The correct division of information is of great importance in forming speech act. In a text the information unit consists of an obligatory *"new"* element - there must be something new, otherwise there would be no information - and an optional *"old"* (given) element. Let us now take such a texts: *Sandronun böyrəyində kiçik bir daş var imiş. Onu da işıq ilə əritdilər* [12, p. 284]. *Sol tərəfdə alçaq bir qapı var idi. Həsən qapını açıb içəri girdi* [12, p. 153].

The division of the information in the text is based on communicative and cognitive strategy. The communicative strategy of information division, first of all, is observed in the succession of communicative structure: rheme - theme. But cognitive strategy intends to develop the next information. As a result there is an opposition *"old-new"* [13, p.31-32]. Generally we would like to mention that in any test the opposition *"old new"* must complete each other, otherwise the given information will be unclear. In the above given sentences we distinguish *"old-new"* oppositions: *bir daş onu; bir qapı-qapı*. Both information's complete each other. Three factors are necessary in order to understand the given speech act: *a) to know speech situation; b) to have cultural knowledge; c) to know the previous context.* Generally, the speaker is in difficulty in giving information, because he is responsible for giving correct information. The speaker must give the information in such a way that the listener may accept the infomation.

As one of the pragmatic factors the ordering of speech acts plays an important role in the communicative process. Ordering speech acts in a "complex syntactic unity" depends on the meaning of the first (introductory) sentence. The ocdering of speech acts in

composite sentences is variegated, but in a "complex syntactic unity" ordering speech acts depends on the meaning of the first (introductroy) sentence. According to Ə. Abdullayev subodinate clause may either follow or precede the main clause [14, p.140-144]. But in the following sentences it is impossible to change the order of speech acts because existentential sentences as introductory sentences are used to attract the listener's affection.

1. Padşahın bir oğlu vardı, adı İbrahim idi [9, p.147].

2. Birdən dəryanın ortasında gəminin qabağında bir qutu peyda oldu. Gəmiçi qutunu görən kimi qışqırdı [9, p.39].

Focus is also one of the pragmatic factors which play an important role in the formation of a text. The speaker himself chooses the focus consciously which implies a strictly topical stretch of talk. First the speaker determines the semantic structure. At the same time the semantic structure plans what will take place. Depending on the knowledge of the listener the necessary information is given.

Focus has the following peculiarities: 1) focus directly concerns reference; 2) focus is used as a theme (introduct) in the sentence; 3) focus helps to enlarge the text; 4) focus is very important for understanding the text; 5) focus helps to connect separate sentences with each other [15, p.75]. Semantic focus shows about what is spoken, but pragmatic focus takes place in the posess of communication between the mutual relations of the listener and speaker.

First of all, selection depends on what the reference consists of, selection must demand the following principles: a) the object about what is spoken must be the topic of conversation; b) the object about what is spoken is the theme of a separate sentence.

Perspective is one of the main pragmatic factors in the formation of a text. As is known, in a given situation the speaker enables the listener to distinguish a text from a random set of sentences. One aspect of the textual function is the establishment of cohesive relations from one sentence to another in a text.

Using a new reference by a speaker is also of great importance as a pragmatic factor in the formation of a text. Repeated references in the text are not very attractive. The new added references make the speech more attractive and interesting for the listener.

At the same time it must be mentioned that paradigmatic factors cover wider spheres, than we have already touched upon. Here also belong anaphora, cataphora, deixis, presupposition. Each of them plays an important role in the formation of a text.

We may make the following inferences by generalizing the above mentioned: Linguistics exists as a system and pragmatics studies how this system is used. In pragmatics the semantic meaning is viewed from the point of view of a particular speech situation and includes the participants in the communication. The structure of the existential sentence reflects the described situation The object and predicate realize the reality of the nominalization. The subject of the existential sentence in most cases introduces a new event in the communicative structure of the text. Focus plays an important role in the distribution of the information. The object under the focus differs from other objects it is the focus of attention. The choice of existing objects is realized by the speaker consciously.

Semantic focus indicates what is spoken about. But pragmatic focus shows deductions and facts which are relevant in the process of communication. Ordering of the information in the text doesn't take place spontaneously, it is based on certain pragmatic factors.

REFERENCES

1. Abdullayev Ə.Ə. Aktual üzvlənmə, mətn və diskurs. Bakı: "Zərdabi LTD" MMC. 2011.
2. Abdullayev K.M. Azərbaycan dili sintaksisinin nəzəri problemləri. Bakı: Maarif. 1998.
3. Xanbutayeva L.M. Danışıq aktı nəzəriyyəsində sintaktik vahidlərin yeri. Bakı: "Elm və təhsil". 2018.
4. Veysəlli F.Y. Semiotika. Studia Philologica IV, Bakı "Mütərcim". 2010.
5. Москальская О.И. Вопросы синтаксической семантики // Вопросы языкознания. 1977, №2, с. 45-56.
6. Halliday M.A.K. An Introduction to Functional Grammar. Second Edition. London, 2000.
7. Harris Z.S. Discourse Analysis // Language.1952, Vol. 8. №1, p.1-30.
8. Поспелов Н.С. Сложное синтаксическое целое и основные особенности его структуры // Доклады и сообщения института русского языка, вып. 2. Изд-во АНСССР – Москва-Ленинград, 1948, с. 29-68.
9. Məmmədova Ş.A. Müxtəlifsistemli dillərdə mövcudluq bildirən cümlələrin semantik xüsusiyyətləri // Bakı Slavyan Universitetinin Elmi əsərləri. Dil və ədəbiyyat seriyası. 2019, №1, s. 104-115.
10. Т.ван Дейк. Вопросы прагматики текста. Новое в зарубежной лингвистике, выпуск VIII, Лингвистика текста. Москва: «Прогресс». 1978.
11. Yule G. Pragmatics. Oxford University Press. 1996.
12. Çəmənzəminli Y.V. Əsərləri. Üç cilddə, I cild. Bakı: "Avrasiya press". 2005.
13. Шахбазова Ф.Э. Роль отпозиции новой – старой информации в формировании англо-язычного художественного дискурса. Автореф. дисс. … доктора философии по филологии. Баку, 2018.
14. Abdullayev Ə.Z. Müasir Azərbaycan dilində tabeli mürəkkəb cümlələr. Bakı: Maarif, 1974.
15. Чейф У.Л. Значение и структура языка, – Москва: «Прогресс». 1975.

THE ROLE OF PRAGMATIC FACTORS IN THE FORMATION OF THE TEXT

Sh.A. Mammadova

Azerbaijan State Pedagogical University

Baku, Azerbaijan, mamedova-shalala@mail.ru

In our every day life we are surrounded with different objects and events. The relations among these form various situations. In such a case language uses more complicated units - texts in order to describe the given situations which are closely connected with each other semantically and structurally. So, nomination on the text level takes place. On the whole, nomination is one of the ways of forming the text.

Keywords: deduction, determine, relation, opposition, code, succession.

УДК 81’44

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ И КОГНИТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗАИМСТВОВАНИЙ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Ф.А. Мамедова
Бакинский государственный университет
Баку, Азербайджан

В статье рассматривается система английских заимствований из целого ряда языков различных групп и закономерности их развития. Статистические данные показывают, что латынь и французский языки вносят по 29% в его лексикон, германские языки — 26%, а другие языки — 16%. Французские заимствования, разделенные на прямые заимствования и адаптированные формы, оказали особенно сильное влияние благодаря историческим и географическим связям между Англией и Францией. Многие заимствованные слова приобретают новые значения или расширяют свой семантический охват в английском языке, как это видно на примере слов «scope», «move» и «macho», которые породили производные выражения. Изучение лексических заимствований в английском языке как глобальном языке межнационального общения имеет важное значение для понимания того, как глобализация и международная коммуникация влияют на дальнейшее развитие лексической структуры языка.

Ключевые слова: язык, слова, значение, дискурс, глобализация, лексика, заимствования.

Формирование английского языка от его основ до нынешнего состояния имеет длительную историю. Симптоматично, что пополнение его состава происходит за счёт различных лингвистических операций, как-то: словообразование, аффиксация, префиксация, лексико-семантические видоизменения и т.п. Среди названного нами немалую роль играют и заимствования. Кроме того, этот процесс периодически активизируется, актуализируется вплоть до своего реального внедрения в современную английскую лексику. Об этом, на наш взгляд, ясно и отчётливо свидетельствует статистика, в частности представленная видным лингвистом Я. Шепелевой. Она взяла на себя скрупулёзный труд – подсчитала и на конкретных примерах удостоверяет исследователей, что латинских заимствований из английского – 29 процентов. Причём, это такие слова, которые используются в различных научных и общественных сферах: собственно лингвистике, а также медицине, правоведении, юриспруденции, не говоря уже о повседневном общении. Далее, французских заимствований из английского – тоже 29 процентов. Надо полагать, что статистическое совпадение здесь не случайно. Из языков романо-германской группы несколько меньше – 26 процентов. Настоящие заимствования включают в себя как древнеанглийский, так среднеанглийский, верхненемецкий, голландский (нидерландский) и древнескандинавский. Перечисленное держит «пальму первенства», так как иных заимствований на сегодняшний день насчитывается значительно меньше – «порядка 16 процентов» [1, с. 181-183]. Отмеченное прежде всего говорит нам о том, что статистика, составленная на базе французского и немецкого языков, наиболее действенная в количественном отношении.

Следует подчеркнуть, что эти заимствования для англичан в целом наиболее широко отмечаются именно из французского. Это закономерно и даже неизбежно, учитывая исторические и географические корни англо-французских отношений. На протяжении истории эти две соседние страны переживали периоды как войн (Столетняя война), так и стратегического союза. В 1904 году была подписана Ан-

танта, положившая конец столетиям вражды и ознаменовавшая начало стратегического союза. В 2015 году в Великобритании проживало около 350 000 французов, а во Франции – около 400 000 британцев. Все это не могло не отразиться на лексике обоих языков. Французские заимствования, используемые в английском языке, можно разделить на две группы: слова, заимствованные непосредственно из французского языка в неизменном виде, и слова, заимствованные в адаптированной форме.

Рассмотрим примеры: Слова, заимствованные непосредственно из французского языка: авангард, авиация, багет, балет, бюро, кабаре, кадет, шампанское, шофер, шик, досье, туалетная вода, массаж, меню, омлет, рандеву, нейтральный, случай, зонтик и т.д. Адаптированные к английскому языку слова: пособие (от фр. alouance), атташе (от фр. Attaché), аперитив (от фр. Attaché), аперитив (от фр. фр. apéritif), холостяк (от фр. bachelier), берет (от фр. béret), клише (от фр. cliché), мусор (от фр. débris), экспатриант (от фр. expatrier), галерея (от фр. galerie), ирония (от фр. ironie), юбилей (от фр. jubilé), литература (от фр. ltérature), флот (от фр. navie), метро (от фр. métro), поэтика (от фр. poetique), салад (от фр. salade) и т.д.

Иногда заимствованные слова стимулируют создание новых слов. Так, «мачо», исконное происходящее из испанского, в английском заметно расширяет свой лингво-культурологический ареал. В современном английском на этой основе появились такое новообразование, как «мачо-культура». Скажем больше этого: в силу того, что «мачо» имеет строго ограниченный смысл в гендерном плане, в английском вскоре появилось выражение мачо-мужчины, а от него, в свою очередь, отпочковались «мачо-бургер», или мачизм, мачо-поза, мачо-отношение и т.д. Эти слова широко используются в английском языке: “Such responses, often heard when philosophers confront scientists with their metaphysical scruples, do not just express a macho attitude” [2]. “Equally, men preferred not to discuss their military experiences with each other, but hid their traumatic memories behind displays of macho posturing” [2]. “For many women, though, big businesses with their macho cultures held little appeal” [3]. “A record number of women MPs are set to change the macho culture of Westminster over the next five years, campaigners predict” [3].

Некоторые заимствованные слова приобрели множество новых оттенков: Таково, скажем, «scope» (цель), происходящее из итальянское с очень схожим фонетическим звучанием.

Область: “The representative of Kenya emphasized that while the principle of universal jurisdiction is not new, its scope and application remain controversial and a source of concern” [4].

Масштаб:: “The scope of the initiative will extend well beyond infrastructure construction” [5].

Рамки: “Oil painting does not come within the scope of a course of this kind” [6].

Латинское слово «move» (двигаться) стало многозначным после того, как вошло в английский словарь:

Сменить место жительства: She’s moving into a new apartment;

Изменить положение: Someone was moving around upstairs;

Достичь прогресса: The department is moving ahead with changes to its teaching programme;

Действовать быстро: The company moved swiftly to find new products;

Изменить дату/правила: We need to move the meeting back a few days;

Эмоционально тронуть: Many people were moved to tears.

Хотя первоначальное значение заимствованного из скандинавского языка слова «fellow» было «товарищ, компаньон», сейчас оно чаще используется в значении «мальчик» [7, с. 209]. В английском языке также можно найти примеры расширения и сужения значения заимствованных слов. Например, значение слова «террорист», заимствованного из французского, расширилось и теперь означает также «человек, противостоящий правительству». Показательно, что большинство английских непосредственно приурочено к социальной, политической, либо общественной областям. Так, «апартеид» в его современном толковании обозначает строго направленную расовую политику определённого государства. Историки указывают, что в период 1948-1989 годов такого рода политика в Южно-Африканских республиках подчинялась сегрегации. Арабское «аятолла» связано с исламом, а ещё точнее – с иранской сектой. В аналогичном значении, максимально приближенном к религиозной политике Востока, это слово употребляют как в современной Великобритании, так и Штатах, где английский, понятно – родной язык. «Duce» (из итальянского, что означает «лидер») было в ходу в английском в период второй мировой войны. Притом, ни для кого не является секретом, что так в своё время именовали итальянского профашистского правителя. Помимо итальянских заимствований в политическом контексте, зеркально отражены в английском и заимствования из французского. Определённая часть таких лексем также достаточно пополняет его запас.

Например: end – completion, to begin – to commence, to come – to arrive, whole – entire, raison d'etat (state interest), vis-à-vis (colleague), faux pas (mistake), laisser-faire (carelessness), coup d'etat, carte blanche (approval), raison d'être (meaning) и т.д. Использование президентом США Дональдом Трампом слова «глобализм» вместо «глобализация» объясняется тем, что он воспринимает концепцию глобализации не как процесс социальных изменений, а как радикальную идеологию, сформированную с помощью французского суффикса -изм. Многие другие идеологические слова и выражения были сформированы таким образом, например, коммунизм, либерализм и т.д. [8, с. 75]. В английском языке, особенно в социально-политической сфере, часто встречаются заимствованные слова, которые не ассимилированы семантически. Эти слова обозначают объекты и предметы, специфичные для культуры языка-источника. Они относятся к иностранной одежде: sari (Indian), sombrero (Spanish), etc.; positions, ranks, and professions specific to other peoples: shah (Persian), rajah (Indian), sheikh (Arabian), bei (Turkish), etc.; foreign currency units: rupee (Indian), rouble (Russian), shekel (Hebrew), sou (French), peseta (Spanish), etc. [7, p. 209]. В некоторых случаях гиперонимы используются вместе с гипонимами. Например, гипероним «vandalism» может использоваться вместе с гипонимами «urbucide/ecocide»: "Armenia even doesn't have moral rights to put any claims agst after committing inconceivable vandalism/urbucide/ecocide in seized lands against heritage and property of people. Armenia like occupying powers of WWII must apologize to Azerbaijani people/assume responsibility" [9]. В английском языке иногда используются сокращения, заимствованные из разных языков. Поскольку эти аббревиатуры используются в языке очень часто, их полные варианты забываются. Например: telly (television), ad (advertisement), bus (omnibus), cab (cabriolet), plane (aeroplane), van (caravan), decaff (decaffeinated coffee), disco (discotheque), mag (magazine), pants (pantalons), и т.д. Культурный аспект процесса лексического заимствования также является важным вопросом. Степень ассимиляции первоначального значения заимствованного слова в принимающую культуру может быть определена с помощью методов исследования.

Итак, из отмеченного можно сделать следующий вывод: исследования в очерченном нами направлении, тем более в его целостности и систематике, не оставляют никаких сомнений в важности, своевременности и актуальности изучения заимствований в современном английском языке. В последние годы он даже получил особый статус под характерологическим названием «Лингва- франка»). Убеждены также, что все дальнейшие разработки избранной нами проблемы должны непременно вестись в тесной связи языкознания с социологией и лингвокультурологией. Такой дискурс целесообразен и с позиции пополнения словарного запаса, и структуры языка, потому что содействует генерализации меж. отношений в аспекте укрепления контактов в эру глобализации в расширенном информационном пространстве.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Шепелева, Е.В. Влияние скандинавских заимствований на формирование современного английского языка // Филологические науки, Известия ПГПУ, – 2007. №3(7), – с. 181-183.

2. Cambridge English Corpus: [Electronic resource] / URL: https: //www.cambridge.org/elt/blog/2014/12/18/introduction-cambridge-english-corpus/

3. Times, Sunday Times: [Electronic resource] / URL: https://www.thetimes.com/uk/politics

4. Without Clear Definition, Universal Jurisdiction Principle Risks Misuse, Abuse, Sixth Committee Speakers Warn: [Electronic resource] / URL: https://press.un.org/en/2018/gal3571.doc.htm

5. Building China's “One Belt, One Road”: [Electronic resource] / URL: https://www.csis.org/analysis/building-chinas-one-belt-one-road

6. Cambridge English Corpus: [Electronic resource] / URL: https: //www.cambridge.org/elt/blog/2014/12/18/introduction-cambridge-english-corpus/

7. Səlimova, Q.Ş. Avropa dillərindən daxil olan varvar və əcnəbi sözlərin üslubi məqsədlərlə istifadəsi // – Bakı: Bakı Dövlət Universiteti, Dil və ədəbiyyat jurnalı, – 2018. №4(108), – s.208-212.

8. Мамедова, Ф.А. Дискурс анализ в социолингвистике: проблемы и результаты исследований // – Bakı: Bakı Dövlət Universiteti, Dil və ədəbiyyat, – 2021. №1 (115), – с. 74-77

9. Hikmet Hajiyev: [Electronic resource] / URL: https://x.com/HikmetHajiyev/status/1855897544112394351

PRAGMATIC AND COGNITIVE-CHARACTERISTICS OF BORROWINGS IN ENGLISH

F.A.Mammadova
Baku State University
Baku, Azerbaijan

This article examines the system of English borrowings from a number of languages of various groups and the patterns of their development. Statistics show that Latin and French each contribute 29% of its vocabulary, Germanic languages 26%, and other languages 16%. French borrowings, divided into direct borrowings and adapted forms, have had a particularly strong influence due to the historical and geographical ties between England and France. Many borrowed words acquire new meanings or expand their semantic scope in English, as exemplified by the words "scope," "move," and "macho," which have given rise to derivative expressions. The study of lexical borrowings in English as a global lingua franca is important for understanding how globalization and international communication influence the further development of the lexical structure of language.

Keywords: language, words, meaning, discourse, globalization, vocabulary, borrowings.

УДК 811

THE SPECIFIICS OF LINGUOCGNITIVE REPRESENTATION OF THE CONCEPT “PRIVACY”

Meng Yuqing
Belarusian State University
Minsk, Belarus, 932750933@qq.com

Against the backdrop of globalization and digitalization, “privacy” has evolved into a core concept spanning linguistics, sociology, ethics, law and other academic disciplines, with its cross-cultural communication patterns and cognitive divergences attracting extensive scholarly attention . As a linguistic symbol, the term “privacy” not only carries objective semantic meanings but also embodies subjective cognitive connotations shaped by cultural backgrounds, linguistic proficiency and personal experiences. For non-native English speakers, particularly Chinese speakers, the process of comprehending and using “privacy” involves not merely lexical acquisition, but a cognitive adaptation process that entails the transformation of cultural values and the reconstruction of semantic categories. However, a review of existing relevant research reveals a notable gap: most studies either focus on theoretical discussions of the concept of “privacy” within a single cultural context or merely compare the semantic differences of “privacy” across different languages, with a lack of in-depth exploration of its linguocognitive representation mechanisms from the dual perspectives of cross-cultural studies and second language acquisition (SLA).To address the aforementioned research gaps, this study takes ENS and ENNS as the research subjects, collects empirical data through a word association test, and adopts a mixed-methods approach combining quantitative and qualitative analyses to explore the specific characteristics of the linguocognitive representation of “privacy” and its cross-cultural divergences.

Keywords: privacy; linguocognitive representation; cross-culture comparison; word association; cognitive semantics; second language acquisition.

Chapter I Introduction

Research Background and Significance

The digital era has made the dissemination of information break through geographical boundaries, and cross-cultural exchanges between countries are becoming more and more frequent. The concept of “privacy”, as the intersection of individual boundaries and social norms, has shown significant cognitive differences in different languages and cultures. For example, native English speakers, taking American English speakers as an example, their understanding of this concept tends to emphasise individual independence and undisturbed space. Non-native English speakers, taking non-native English speakers in China as an example, are more inclined to associate the concept of “privacy” with secret information and content they do not want to disclose.

For Chinese English learners, the difficulty in learning the word “privacy” is not in spelling, but in the conversion of cognitive schema. If learners are only understand this word from the perspective of their native culture, it is easy to cause cross-cultural pragomatic mistakes. Therefore, revealing the characterisation mechanism of the concept of “privacy” from the perspective of language cognition not only has theoretical significance, but also practical significance that cannot be underestimated: first, it enriches the study of cognitive semantics on abstract concept characterisation; second, it also provides an empirical basis for the teaching of second-language cultural vocabulary; third, and can To promote understanding and consensus in cross-cultural communication.

Research Ideas and Methods

This study takes cognitive semantics and the theory of language cognition as the

framework. It uses the idea of word association to collect data and compare the frequency of associative words of native English speakers (ENS) and non-native English speakers (ENNS, mainly Chinese users) to “privacy”. Through word frequency statistics, semantic classification and qualitative analysis, the differences in cognitive characterisation are revealed, and the revelation of second language acquisition is discussed. The research follows the logic of “theoretical combing - research design - empirical analysis - conclusion revelation” to ensure academic standardisation and conclusion reliability.

Chapter II Theoretical Foundation and Emprical Investigation of the Linguocognitive Representation of the Concept“Privacy”

2.1 The Concept of “Privacy” in a Linguocognitive Framework

Language is most productively conceptualized as a semiotic tool for meaning making and exchange in real or imagined social interaction; in its abstract sense, it is a socially shared instrument enabling users to create and exchange meaning, thereby connecting them through this shared symbolic system [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**, p.73-74]. With the advancement of linguistics and cognitive science, the linguocognitive paradigm has emerged as a comprehensive theoretical framework encompassing core assumptions and research methodologies, aiming to explore the relationship between language, mind, and brain, and to explain how humans acquire, comprehend, produce, and utilize language. As an interdisciplinary approach integrating linguistics and cognitive science, it investigates how language reflects and shapes human thinking.

2.2 Linguocognitive Paradigm:Concepts and Its Representation

Within this framework, a concept is defined as a mental unit organizing knowledge about the world and encoded through language, which is not merely a lexical item but a cognitive structure embodying cultural, social, and individual connotations. In essence, a concept represents aspects of human experience and/or thought; for example, core concepts such as animacy, containment, and biological motion emerge early in human development [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**, p.207]. These foundational concepts, derived from embodied experiences (e.g., perception of space and motion) and higher-order thinking, form the cognitive basis for complex language and abstract reasoning. In cognitive linguistics, concepts are the fundamental building blocks of the conceptual system, shaped by experience and updated through environmental interaction, with language serving as the primary means of their externalization. The linguistic-cognitive representation of concepts exhibits three core features:

First, hierarchical structure: Each concept comprises core and peripheral semantics. Core semantics refer to the essential attributes agreed upon by a community, characterized by stability and universality; peripheral semantics involve marginal features arising from individual experiential differences, showing variability and flexibility [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**, p.4].

Second, associative networks: Concepts form complex semantic networks through lexical associations, where the strength and frequency of associations directly indicate the degree of semantic relatedness. High-frequency associated words typically correspond to core semantics, while low-frequency ones reflect peripheral meanings or context-driven extensions [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**, p.240-241].

Third, cultural embeddedness: The cognitive processing of concepts is deeply influenced by cultural contexts; for instance, collectivist and individualist cultures may emphasize different semantic dimensions of the same concept [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**, p.217].

The Natural Semantic Metalanguage (NSM) provides an operational framework for semantic analysis of concepts. Wierzbicka posits a set of cross-linguistically universal semantic primitives (e.g., I, You, good, bad, want, do, happen, know) that can combine to explicate all complex concepts. As a culturally sensitive complex concept, "privacy" has core semantics deconstructible as "a domain that individuals or groups wish to reserve, free from external interference or exposure" [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**, p.22-24, 35-36, 237-240]. While this core is universal, its cognitive representations vary across languages and cultures: individualistic cultures may emphasize "privacy as an individual right," whereas collectivist cultures focus more on "the relevance of privacy to interpersonal relationships." Privacy's abstract nature and cultural variability make it particularly suitable for linguistic cognitive analysis.

2.3 The Concept of Privacy in Cognitive Science

Prior to researching the concept of privacy, its definition must be clarified. As noted, defining privacy is notoriously difficult: Warren and Brandeis (1890) described it as the "right to be let alone"; a more recent definition frames it as "the interest of a person in sheltering his or her life from unwanted interference or public scrutiny"; a sophisticated version holds that privacy relates to material closely pertaining to a person's innermost thoughts, actions, and relationships, allowing them to legitimately decide whether, with whom, and under what circumstances to share it [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**, p.141]. None are inherently more correct, but collectively they outline the concept's essence. Conceptually, privacy exhibits semantic fuzziness and contextual dependence, lacking a unified universal definition; its interdisciplinary nature requires integrating perspectives from psychology, sociology, and linguistics.

From a psychological perspective, Bowlby argues in A Secure Base: Parent-child attachment and healthy human development that parents providing a secure base—where children/adolescents can explore the outside world and return to warmth, nourishment, comfort, and reassurance—fosters healthy psychological development [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**, p.11]. This implies that sufficient private space fulfills a fundamental psychological need. Bowlby's attachment theory, alongside Maslow's hierarchy of needs, links privacy to the construction of security and self-identity, indirectly confirming privacy as a basic human psychological need.

Sociologically, Nissenbaum posits that privacy is not merely an individual value but a social one, integral to social institutions and relationships, serving as a crucial mechanism for maintaining social boundaries and regulating interpersonal distance [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**, p.164].

In contrast, cognitive science's core contribution lies in revealing how the concept of "privacy" is represented in the mind through linguistic symbols and influences individual cognition and behavior. A key paradox in cognitive science is that while privacy is hard to define, virtually everyone intuitively understands it [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**, p.141]—this stems from innate intuitive psychological representations and subsequent sociocognitive construction, the starting point for cognitive research on privacy.

Neurophenomenologist Fuchs, from an embodied cognition perspective, argues that privacy is not an internal psychological secret but an embodied boundary rooted in bodily experience: individuals perceive the "self-other" boundary through their bodies and maintain it in social interaction, forming the most fundamental privacy experience [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**, p.333-352]. This transcends traditional views confining privacy to legal rights, information control, or social norms, framing it as a universal cognitive need arising from embodied experience. It explains the "secure

base" in Bowlby's theory, as the embodied boundary underpins personality integrity and security. Fuchs emphasizes that this boundary is dynamically adjusted in social interaction, aligning with Nissenbaum's contextual integrity theory and providing a cognitive basis for the conceptual metaphor "privacy is a container/boundary/space"—linguistic representations of privacy are essentially projections of embodied experience.

From a linguistic cognitive mechanism perspective, privacy's conceptual representation occurs through three intersecting pathways: (1) Prototypical categorization: individuals take core semantics (e.g., confidentiality, personal space) as prototypes, subsuming related concepts (e.g., secrecy, solitude, anonymity) into the category; (2) Metaphorical mapping: abstract privacy is comprehended via concrete cognitive domains (e.g., "privacy is a barrier," "privacy is a shelter"); (3) Cognitive scripting: individuals form mental simulations of typical scenarios (e.g., privacy respected or infringed), which shape associations with privacy-related lexemes. These pathways collectively constitute the linguistic-cognitive representational system of privacy and serve as core analytical dimensions for empirical research.

Chapter III Empirical Research Design and Mehodology

3.1 Research Methods in Conceptology

This study adopts Word Association Test (WAT), which is a classic paradigm for exploring the conceptual mental characterisation. After seeing the stimulating word "privacy", the subject wrote the first 5 words that came to mind. By coding and statistics on the frequency, semantic class and emotional tendency of associative items, the cognitive structure of the concept can be objectively presented, which has the advantages of easy operation, intuitive data and high validity.

3.2 Empircal Research Design:Questionnaire-based Methodology and Data collection

The study was selected by convenient sampling of subjects, including 100 native English speakers and 138 Chinese English learners, all of whom had no language cognitive disorders. The research tool is the word association questionnaire and the basic information table, which includes the subject's language background, age, years of study and other control variables. The questionnaire adopts a unified guideline and fills in anonymously to reduce the reaction deviation. A total of 244 questionnaires were distributed, and 238 valid questionnaires were recovered, with an efficiency of 97.54%. Data processing adopts artificial coding and word frequency statistics, combined with semantic classification and qualitative interpretation, to ensure the systematicity of analysis.

3.3 Questionnaire results and Effectiveness Analysis

After semantic classification and word frequency statistics of associative words, it was found that there were significant differences between the two groups of subjects in the semantic category characterisation of the concept of privacy. The high-frequency semantic category of English Non Native Speakers(ENNS)'s concrete cognition focusses on secrecy and confidentiality. The most frequent word is secret,far higher than others,serving as the primary association.Dominant terms include cret ,confidentiality,secrecy, hide,protect,highlighting infornation concealment and non-disclosure.As result,privacy is mainly understood as confidential information or secrets to be hidden,reflecting a behavioral orientaion. The high-frequency semantic category of English Native Speakers(ENS)'s abstract cognition centered on personal,individual and boundary.

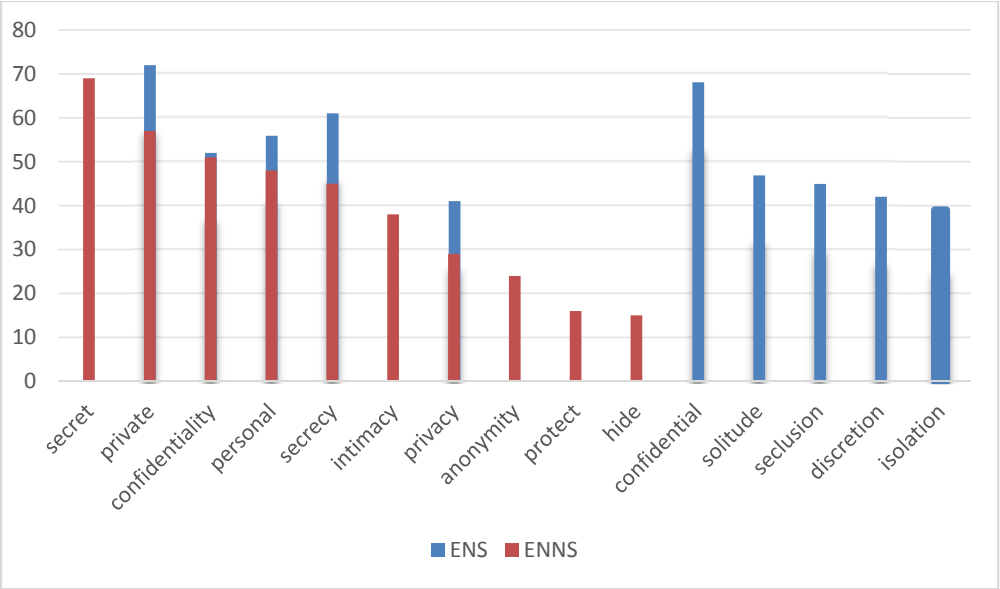

Fig. – Top 10 Privacy Association English Native Speakers vs. English Non Native Speakers

The most frequent words are private ,confidential and personal.Prominent terms include solitude seclusion ,discretion,isolation,emphasizing personal attributes,boundaries,and interpersonal reserve.Therefore,privacy is interpreted as personal space,autonomous boundaries,solitude,and interpersonal discretion,reflecting a state and rights orientation.

After simple statistical test, the difference in semantic category distribution between the two groups is statistically significant ($p<0.05$), indicating that the cultural background has a significant constraining effect on the characterisation of the concept of "privacy". The questionnaire data is valid and the conclusion is reliable.

3.4 Key Findings

First, prototype differences: ENS take "spatial autonomy" as the prototype, and ENNS take "information confidentiality" as the prototype. The cognitive focus of the two is different. Second, category differences: ENS activate rights, freedoms,personal space, borders and other categories, and ENNS activate secrets, security, protect and other categories. There are cultural differences in the structure of semantic networks. Third, cultural migration:Mostly ENNS are from China,and the Chinese native speakers migrate the cultural semantics of "privacy"to English "privacy", resulting in narrow understanding and pragmatic bias. Fourth, cognitive reconstruction: Second language learners need to complete the conversion from the native cultural semantics to the target language cognitive model in order to achieve accurate and decent use.

3.5 Practical Implication for Second Language Learning

In second language teaching, abstract words can not only be translated into Chinese, but must be supplemented with the cultural concept framework. Take "privacy" as an example: native speakers understand boundaries, solitary, autonomy and personal space, while students only remember "secret, security and protection" - this deviation leads to the superficialisation of concepts. The core of vocabulary learning is to establish conceptual depth, not mechanical memory; teachers should guide students into the semantic network of abstract words, instead of memorising a Chinese meaning in isolation. The differences between Chinese and English will cause a fundamental misalignment: the sense of "privacy" and the sense of boundaries are weak in the Chinese context, but "privacy" in English is the core value. If teaching does not intervene in comparison in

advance, it is easy for students to apply English thinking with Chinese understanding. The feasible path is from concrete to abstract, and it is promoted in layers: first, let students grasp the basic meaning with specific examples, and then gradually transition to abstract, metaphorical and cultural levels. In the end, the improvement of second language ability is the improvement of conceptual cognition ability - the higher the language level, the closer the conceptual structure is to the native speaker. There is no shortcut. It can only rely on a large amount of input, continuous reading and real context to make the English conceptual system take root naturally.

Chapter IV Conclusion

From the perspective of language cognition, this study empirically examines the differences in the mental characterisation of the concept of “privacy” between native English speakers and Chinese learners. The results show that the cultural model deeply shapes the prototype, category and association structure of the concept, and there is an obvious migration of mother tongue culture for second-language learners. Research confirms that abstract vocabulary acquisition is not a simple symbol pairing, but a reconstruction process of cognitive categories and cultural models.

The innovation of this study is that it combines cross-cultural comparison with second language acquisition, reveals the language cognitive characterisation mechanism of the concept of “privacy”, and provides micro-empirical evidence for cognitive semantics and second-language teaching research. Limited by the size of the sample, the research results need to be verified on a larger scale. In the future, the scope of subjects can be expanded, combined with reaction time, ERP and other technologies, to further reveal the real-time cognitive process of concept characterisation; it can also be expanded to culturally loaded words such as “face”, “fairness” and “freedom” to provide more systematic evidence for cross-cultural cognition and second language acquisition research.

REFERENCES

1. Holtgraves, T. M., Kashima Y. Language, meaning, and social cognition. Personality and Social Psychology Review, -2008. -Vol. 12,No. 1. -P. 73–94. doi:10.1177/1088868307309605

2. Langacker, R. W. Cognitive Grammar:a Basic Introduction.-Mn.:Oxford University Press,2008.-43-45,119,458p.

3. Vyvyan, E. , Melanie, G. , Cognitive Linguistics -2rd ed. -M. : Edinburgh University Press , 2019. -205-210 p.

4. Langacker, R. W. Cognitive Grammar:a Basic Introduction.-Mn.:Oxford University Press,2008.-43-45,119,458p.

5. Collins, A. & Quilian, M. Retrieval Time from Semantic Memory. -1969.-URL: https://www.academia.edu/4612203/Retrieval_Time_from_Semantic_Memory

6. Geert, H. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations -2nd ed. -Mn. : Sage Publications, 2001. -189-190 p.

7. Wierzbicka, A. Semantics: Primes and Universals. - Mn.: Oxford University Press, 1996. - 22-24, 35-36, 237-240 p.

8. Millard C. Privacy--an elusive concept. International Data Privacy Law. -2011. -URL: https://doi.org/10.1093/IDPL/IPR014

9. Bowlby, J. A , Secure Base: Parent-child Attachment and Healthy Human Development. - Mn. : Routledge, 1988. - 11 p.

10. Nissenbaum, H. Privacy in context: Technology, policy, and the integrity of social life. - Mn.: Stanford University Press, 2009. - 164 p.

11. Durt, C., Fuchs, T. & Tewes, C. , Embodiment, Enaction, and Culture: Investigating the Constitution of the Shared World. -M.: Cambridge : MIT Press, 2017. - 333-352 p.

ОСОБЕННОСТИ ЛИНГВОКОГНИТИВНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА “ПРИВАТНОСТЬ”

Мэн Юйцин
Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь, 932750933@qq.com

На фоне глобализации и цифровизации “приватность” превратилась в ключевую концепцию, охватывающую лингвистику, социологию, этику, юриспруденцию и другие академические дисциплины, а ее межкультурные коммуникативные модели и когнитивные различия привлекают пристальное внимание ученых. Как лингвистический символ, термин “приватность” несет в себе не только объективные семантические значения, но и субъективные когнитивные коннотации, сформированные культурными традициями, уровнем владения языком и личным опытом. Для изучающих английский язык, особенно для китайцев, процесс понимания и использования термина “конфиденциальность” включает в себя не просто усвоение лексики, но и процесс когнитивной адаптации, который влечет за собой трансформацию культурных ценностей и реконструкцию семантических категорий. Однако обзор существующих соответствующих исследований выявляет заметный пробел: большинство исследований либо сосредоточены на теоретическом обсуждении понятия “приватность” в рамках одного культурного контекста, либо просто сравнивают семантические различия понятия “приватность” в разных языках, при этом не проводится глубокого изучения механизмов его лингвокогнитивной репрезентации с точки зрения культуры. Чтобы устранить вышеупомянутые пробелы в исследованиях, в данном исследовании в качестве объектов были выбраны ENS и ENN-системы, собирает эмпирические данные с помощью теста на ассоциативность слов и применяет смешанный подход, сочетающий количественный и качественный анализ, для изучения специфических характеристик лингвокогнитивной репрезентации понятия “приватность” и ее межкультурных различий.

Ключевые слова: приватность; лингвокогнитивная репрезентация; межкультурное сравнение; словесная ассоциация; когнитивная семантика; овладение вторым языком.

УДК 81'42:94(476)

ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ЭКСПЕРТНОГО И ОБЫДЕННОГО ПОНИМАНИЯ ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ

И.В. Метлушко
Белорусский государственный университет иностранных языков,
Минск, Республика Беларусь, metluschko@mail.ru

В статье представлены результаты сопоставительного анализа экспертных определений *исторической памяти* (взяты из работ историков, социологов, политологов, философов) и обывательских толкований (получены в ходе анонимного опроса жителей Беларуси в возрасте от 16 до 90 лет). Выявлено общее для профессионального и обывательского сообществ понимание *исторической памяти* как комплексного, надындивидуального феномена; различное – обращение к «историческому сознанию» экспертами, синкретичное понимание прошлого обывателями. На основании компонентного анализа определений *исторической памяти*, приведенных респондентами, выявлено включение ими знаниевого и аксиологического компонентов, семейной памяти, культуры, языка, уроков прошлого и пр. в толкование термина. Совместное употребление терминов *историческая память* (синонимично термину *политика памяти*) и *историческая правда* в экспертной среде отличается от понимания и допущения обывателями параллельного существования нескольких версий *исторической правды* об одном событии у представителей разных

лингвокультур. Делается вывод о влиянии широкой употребительности термина *историческая память* на его узнаваемость и толкование экспертами и обывателями.

Ключевые слова: историческая память; политика памяти; идентичность; терминология; Memory Studies.

Диалектическое единство процессов локализации и глобализации, объединенных Р. Робертсоном в термин «глокализация» [8, p. 33], характеризует один из ключевых векторов развития современного информационного общества. Многочисленность межкультурных контактов, переосмысление некоторыми государствами мест и роли в мировой истории и политике XX в., высокая скорость создания и обмена данными на фоне «цифрового поворота» приводят к «насыщению пространства национальных культур новым ценностно-смысловым содержанием, которое направлено не только на качественные социально-экономические и геополитические изменения» [6, с. 74], но и на формирование наднациональной, космополитичной идентичности [1, 4]. Последняя представляется угрозой созданию, сохранению и преемственности национальной идентичности, коллективному «я», выступающему фундаментом нациестроения, обеспечения национального единство.

Выше перечислены лишь некоторые вызовы XXI в. стимулировавшие интерес не только к изучению, но и управлению коллективными феноменами. К последним относится и *память*, понимаемая как один из способов взаимодействия, конструирования отдельным человеком и/или группой своего прошлого. Оказавшись в центре академических изысканий, «коллективная память» [7, с. 12] (Я. Ассман, А. Ассман, Э. Ренан, П. Нора, Дж. Олик, М. Хирш, Л. П. Репина, А. И. Миллер, О. Ю. Малинова, А. В. Дахин, Ю. А. Сафронова, Д. С. Артамонов, Н. Л. Мысливец, Ю. М. Лотман, Н. Г. Брагина, Т. В. Дубровская, И. В. Тивьяева и др.) приобрела многочисленные терминологические обозначения (*культурная память*, *социальная память*, *историческая память* и мн. др.). При этом термин *историческая память*, получающий в русскоязычном информационном пространстве наибольшее количество объективаций, функционирует в различных типах и подтипах дискурса (см. Рис. 1), не имея универсальной дефиниции.

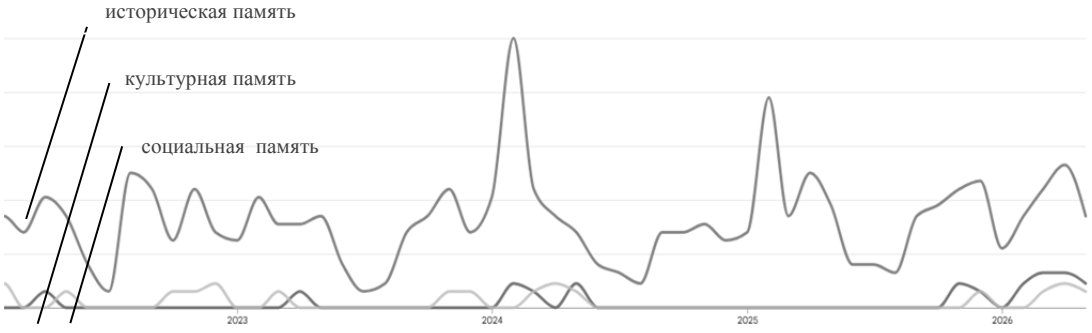

Рисунок 1. – Употребительность терминов *историческая память, культурная память, социальная память* в русскоязычной поисковой системе Google в период с 2022 по 2026 гг., представленная в виде трендов

Анализ многочисленных определений, функций и механизмов реализации *исторической памяти*, представленных в работах Л.П. Репиной, А.И. Миллера, О.Ю. Малиновой, А.В. Дахина, Ю.А. Сафроновой, Д.С. Артамонова, Н. Л. Мысливца, Л. М. Шуб и др., позволяет выделить значимые характеристики феномена. Так, *историческая память* представляется комплексным, социальным

конструктом (не равен сумме воспоминаний отдельных лиц [7]), включающем знания о коллективном прошлом, апеллирующем к «историческому сознанию» («осмысление народом своего положения во времени, осознание связи настоящего с прошлым и будущим» [3, с. 44]), имеющем реконструктивную (прошлое переосмысливается новыми поколениями с учетом актуальных задач и потребностей [2]), селективную природу (сохраняется память о значимых для групповой идентичности событиях, персоналиях и т. п.), выступающем основой для формирования национального единства.

Также термин *историческая память* употребляется синонимично термину *политика памяти* историками и политологами при обсуждении «мемориального законодательства» (совокупность нормативно-правовых актов, закрепляющих официальную оценку и интерпретацию исторических событий, предписывающих некоторые формы и частотность реализации коммеморативных практик). Более того, обсуждение правовых аспектов политики памяти приводит к совместной объективации терминов *историческая память* и *историческая правда*.

Выделенные в результате анализа академических работ характеристики термина *историческая память* не препятствуют его широкой употребительности в современном коммуникативном пространстве Беларуси (динамичной знаково-культурной среде, в которой происходит коммуникация [5]), что обусловило необходимость сопоставления понимания и интерпретации термина *историческая память* экспертами (приведено выше) и обывателями (рассмотрим далее). Для решения поставленной задачи был проведен анонимный онлайн-опрос 120 респондентов (мужчин и женщин в примерно равном соотношении) из Республики Беларусь в возрасте от 16 до 90 лет. Опрос содержал различные виды вопросов, включая открытые, позволившие респондентам формулировать ответы в произвольной форме.

Дискурс-, компонентный и количественный анализ полученных в ходе анонимного опроса данных указывает, что термин *историческая память* знаком 94% всех респондентов, что, полагаем, является результатом работы многочисленных акторов памяти в Беларуси (органы власти, учебные учреждения, медиа и др.). Респонденты подтверждают приведенное обоснование узнаваемости термина, выделяя систему образования (44%), современные медиа (24,5%) и коммеморативные практики (11,5%) в качестве основных источников знакомства широкой аудитории с термином. При этом 50,5% опрошенных указали, что эпизодически употребляют в свое речи термин *историческая память*. Обозначенное указывает на разрыв между пассивным узнаванием термина и его активным владением. Подтверждением указанного служит и затруднение 18% опрошенных (каждый шестой) от пояснения, что они понимают под термином *историческая память*(см. Рис.2).

Вместе с тем, компонентный анализ приведенных толкований термина *историческая память* 82% респондентов указал на разнородность в интерпретации феномена (Рис. 2). Наибольшее количество респондентов (41%) определяют термин через знаниевый компонент (например, *знание общества о событиях, происходивших с народом (людьми), проживавшим на этой территории; знания о прошлом, передаваемые другим поколениям* и т.п.).

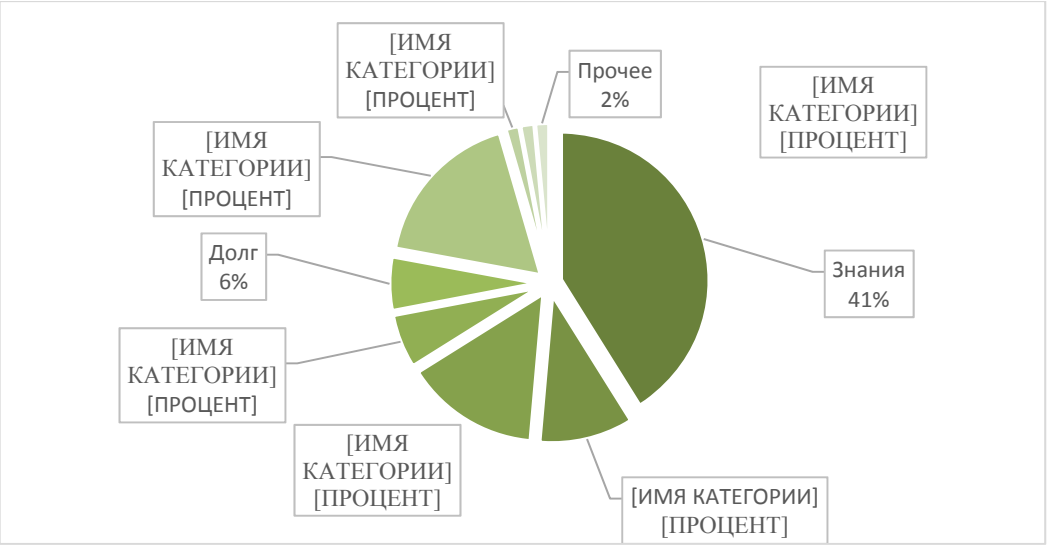

Рисунок 2. – Смысловое наполнение термина *историческая память* респондентами

Ключевым событием в исторической памяти белорусского народа респонденты указали Великую Отечественную войну (80% среди всех опрошенных), что коррелирует с реализуемой в государстве политикой памяти, зафиксированном в «мемориальном законодательстве» Беларуси (Конституция государства, Концепция правовой политики Республики Беларусь, Законы «О недопущении реабилитации нацизма» и «О геноциде белорусского народа») значении и необходимости сохранения памяти о событиях Великой Отечественной войны. Помимо этого, к значимым событиям белорусы отнесли *войну* в целом (6%), распад СССР (3%), аварию на Чернобыльской атомной электростанции (2%),

Среднечастотно респонденты определяли *историческую память* как *уроки прошлого* (15%), которые необходимо использовать во благо (например, *это те драгоценные опыты, которые довелось пережить нашему народу, извлекая уроки, из которых, надо строить свою жизнь. Это базис*).

В толковании термина *историческая память* обывателями наименее частотно (1-10% ответов) приоритизируются: ценностная составляющая (10%) (*историческую память – духовную ценность*); родовая память (6%) (*наши деды; помнить своих предков; мой род, моя страна, моя земля*); долг (6%) (*наш долг; это то, о чем нельзя забывать никогда);* культуру, язык, традиции (3%); гордость за страну (2%) (*историческая память – это гордость за свою страну, осознание ее великой истории*). Отметим, что участники опроса наделяют белорусский народ как коллективное целое (59% ответов) и государственные институции (22,5% ответов) большей ответственностью за создание, хранение и трансляцию исторической памяти, нежели отдельную личность, семью (11,5% ответов), профессиональное сообщество (3%), тем самым размывая личностную отнесенность, нивелируя собственное влияние на историческую память.

Сопоставление полученных данных об экспертном и обыденном определении феномена *исторической памяти* указывает на осознание ее комплексной природы представителями двух групп. Общим для них является и признание надындивидуальной, коллективной природы *исторической памяти*, включающей не только знаниевый компонент, но и коллективные представления о прошлом, оценки событий. Вместе с тем, эксперты используют понятие «историческое сознание» («осмысление народом своего положения во времени, осознание связи настоящего с прошлым и будущим» [3, с. 44]), которое объективируется в ответах респон-

дентов только при определении исторической память как *уроков прошлого* (15%) и *долга* (6%), но не отражено в иных ответах.

Эксперты, а также 61% респондентов отмечают динамичный характер исторической памяти, возможность ее переосмысления. При этом 53,5% опрошенных допускают существование различий в «исторической правде», наличие альтернативного понимания, одного исторического события представителями разных лингвокультур, что противоречит толкованию *исторической памяти* как синонима *политики памяти*.

При этом различным в толковании *исторической памяти* экспертным сообществом и обывателями является понимание селективной природы памяти. Многочисленные респонденты мыслят прошлое как единство всего, что прошло и требует сохранения, в то время как эксперты отмечают селективное отношение к прошлому, представляя *историческую память* как результат некоторого целенаправленного и/или произвольного отбора.

Таким образом, изучение дефиниций *исторической памяти*, предложенных экспертным сообществом и определений, полученных в ходе анонимного опроса обывателей, свидетельствует о наличии общего и различного в понимании феномена *исторической памяти*. Общим выступает признание комплексной природы исторической памяти, ее надындивидуальной, коллективной сущности. Схожим, но не тождественным представляется понимание взаимосвязи между прошлым, настоящим и будущим, описываемым экспертами через термин *историческое сознание*, а немногочисленным количеством респондентов через апелляцию к *урокам прошлого* (15% респондентов) и *долгу помнить* (6%). Выявлено расхождение в интерпретации термина *историческая правда*, регулярно актуализуемого совместно с термином *историческая память* (синонимично термину *политика памяти*) в правовом пространстве. Так, обыватели допускают возможность наличия разной *исторической правды* у разных народов, что не совпадает с пониманием *исторической памяти* и *правды* экспертами (например, политологами). В полученных ответах респондентов прослеживается синкретичное понимание прошлого, не актуализируется селективность событий прошлого, значимая для *исторической памяти*.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Аникин Д. А. Политика памяти в глобальном мире: предпосылки социально-философского исследования // Ученые записки Казанского университета. – 2011. – Т. 153, кн. 1 (Гуманитарные науки). – С. 15–21.

2. Ассман Я. Культурная память: письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / пер. с нем. М. М. Сокольской. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 370 с.

3. Гобозов И. А. Введение в философию истории. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ТЕИС, 1999. – С. 361.

4. Костина Е. Н. Диалектика глобального и локального: национальное государство и коллективная память в условиях глобализации // Известия Саратовского ун-та. Нов. серия. – 2013. – Т. 13. – Сер. Философия. Психология. Педагогика, вып. 1. – С. 36–38.

5. Поплавская Т.В. Поликультурная идентичность в контексте городского пейзажа // Russian Journal of Linguistics. – 2019. – Т. 17. – № 2. – С. 213–228.

6. Сеидова Г. Н. Ислам и глобализация: за и против // Век глобализации. – 2013. – № 1(11). – С. 67-78. – Москва. – URL: https://www.ifapcom.ru/files/Monitoring/astafyeva_transnac_kult_prost.pdf (дата обращения: 16.02.2025).

7. Хальбвакс, М. Социальные рамки памяти / М. Хальбвакс ; пер. с фр. и вступ. ст. С. Н. Зенкина. – М. : Новое изд-во, 2007. – 348 с

8. Robertson R. Globalisation or glocalization? // The journal of international communication. – 1994. – № 1. – P. 33–52.

LINGUISTIC DIMENSION OF ORDINARY AND EXPERT UNDERSTANDING OF HISTORICAL MEMORY

I.V. Metlushko

Belarusian State University of Foreign Languages
Minks, Belarus, metluschko@mail.ru

The article presents the results of a comparative analysis of expert definitions of *historical memory* (taken from works by historians, sociologists, and political scientists) and lay interpretations (obtained through an anonymous survey). The study identifies common ground between the professional community and the mass audience in understanding historical memory as a complex, supra-individual phenomenon. Differences are found in experts' reference to "historical consciousness" versus laypeople's syncretic understanding of the past. Based on a component analysis of the definitions of *historical memory* provided by the respondents, it was revealed that they incorporate cognitive and axiological components, family memory, culture, language, lessons of the past, etc., into their understanding of the term. The joint use of the terms *historical memory* (synonymous with the term *politics of memory*) and *historical truth* in expert discourse differs from the everyday understanding of the multiplicity of historical truths about a single event among representatives of different groups. The conclusion is drawn regarding the influence of the widespread use of the term historical memory by the mass audience, as well as on the variability of its interpretations.

Keywords: historical memory; memory politics; identity; terminology; Memory Studies.

УДК 070.41:81'373.23

СТАТУСНЫЕ НОМИНАЦИИ ЛИЦА С СЕМАНТИЧЕСКИМ КОМПОНЕНТОМ 'СПОСОБНОСТИ, ТАЛАНТ, УМ' В РУССКОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТАХ БЕЛОРУССКИХ СМИ

А.С. Мирошниченко

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
Республика Беларусь, Miroshnichenko_AS@grsu.by

В статье анализируются структурно-семантические и функциональные особенности статусно-маркированных номинаций лица с семантическим компонентом 'способности, талант, ум' в русскоязычных текстах белорусских СМИ. Рассматриваются особенности употребления номинаций, их оценочный потенциал и роль в репрезентации социальной стратификации.

Ключевые слова: язык СМИ; номинация; номинация лица; социальный статус; социальная стратификация.

Широко представленные в русскоязычных текстах белорусских печатных СМИ номинации лица по социальному статусу отражают не только объективные параметры социальной стратификации, но и сложную систему ценностей, определяющих значимость тех или иных качеств личности в современном обществе. Социальный статус, понимаемый вслед за В. И. Карасиком как «соотносительное положение человека в социальной системе» [2, с. 5], формируется под воздействием совокупности факторов, среди которых наряду с такими параметрами, как власть

и материальные ресурсы, всё более заметную роль играют нематериальные характеристики, связанные с интеллектуальным и культурным потенциалом личности. В условиях информационного общества, которое М. Кастельс определяет как систему, основанную на ценности знания и информации [3], именно такие признаки, как уровень интеллекта, наличие способностей, талант, креативность, становятся важными маркерами социальной дифференциации.

Современные исследователи, опираясь на концепцию культурного капитала П. Бурдье [1], подчеркивают, что владение знаниями, интеллектуальными ресурсами и символическими компетенциями обеспечивает человеку доступ к престижным социальным позициям и способствует закреплению его статуса в общественной иерархии. Способности, талант, ум в этом контексте выступают не только как индивидуально-психологические характеристики, но и как социально значимые параметры, влияющие на репрезентацию человека в медиапространстве.

Особое значение в формировании и трансляции подобных представлений приобретают тексты СМИ, которые не только фиксируют, но и конструируют социальную реальность, предлагая аудитории определенные модели восприятия и оценки человека. В массмедийной языковой картине мира отражаются устойчивые и динамические представления о статусных характеристиках личности, включая ее интеллектуальный и творческий потенциал. Номинации лица с семантическим компонентом ‘способности, талант, ум’, функционирующие в текстах СМИ, представляют собой инструменты категоризации и оценки, позволяющие журналисту акцентировать внимание на определенных качествах человека и тем самым влиять на интерпретацию его социального статуса.

Употребление соответствующих номинаций в текстах СМИ способствует формированию стереотипных представлений о социальной значимости интеллекта и таланта, закрепляет определенные модели статусной иерархии и отражает ценностные ориентиры современного общества. В настоящем исследовании на материале русскоязычных текстов белорусских СМИ анализируются структурно-семантические и функциональные особенности статусно-маркированных номинаций лица с семантическим компонентом ‘способности, талант, ум’. Исследование выполнено на материале 180 контекстов, извлеченных из газет «Народная газета» (НГ), «Рэспубліка» (Р), «СБ. Беларусь сегодня» (СБ), «Сельская газета» (СГ) 2000–2026 гг.

Изучение толковых и семантических словарей, а также наблюдение за речевой практикой журналистов показали, что номинации лица с семантическим компонентом ‘уровень компетентности’ делятся на две тематические группы:

1) номинации лица по наличию способностей, таланта, ума: *вундеркинд, всезнайка, гений, дарование, интеллектуал, мудрец, самородок, талант, титан, умник, умница, феномен* и др.;

2) номинации лица по отсутствию способностей, таланта, ума: *балбес, балда, бездарность, бездарь, бестолочь, болван, глупец, глупыш, глупышка, дура, дурак, дурачок, дурень, дуреха, дурочка, дурында, неуч, несмышленыш, простофиля, серость, тугодум* и др.

В газетных контекстах акцентируется высокий социальный статус человека, обладающего способностями, талантом, умом, а также его особая роль в нравственном, культурном и интеллектуальном развитии общества. Подобные представления соотносятся с принципом меритократии, предполагающим, что общественное признание, высокий социальный статус и доступ к престижным позициям в обществе должны определяться не происхождением или материальными ре-

сурсами человека, а его личными достижениями, знаниями, способностями и профессиональными компетенциями. Именно поэтому статусно-маркированные номинации интеллектуально и творчески одаренных людей в текстах СМИ нередко сопровождаются характеристиками, подчеркивающими их профессиональный авторитет, общественное влияние, уникальность или духовную значимость: *Я многому научился у заведующего отделением реанимации Виктора КСЕНЗОВА. Он большой* ***интеллектуал****, прекрасный специалист* (СБ. 19.04.2014); *В годы моей юности его слову внимали как слову* ***мудреца****. Не просто ученый, академик, влиятельная фигура, а именно* ***мудрец*** *– хранитель духовности* (НГ. 24.08.2018); Наталия Гайда – феномен, без которого невозможно представить жанр музыкальной комедии в Беларуси; *Но в этом новом прочтении нет нарочитого визионерства или нарциссического позерства. Нет, Жюгжда –* ***интеллектуал****, который творит в тишине и сам не отличает «пораженья от победы»* (СБ. 16.11.2021); *Хотя бы потому, что музыка юного Моцарта, пусть даже и подражательная, несет в себе семя истинного* ***гения*** *– искренность и простоту* (СБ. 02.01.2022); *Он неизменно считал своего друга первым и в своем роде единственным, неповторимым национальным* ***гением*** (СБ. 22.12.2018).

Наравне с однословными номинациями лица в языке белорусских СМИ для обозначения человека по наличию либо отсутствию способностей, таланта, ума используются сочетания разной структуры и разной степени устойчивости: *человек большого ума, человек с выдающимися способностями, человек незаурядного ума, человек с высоким интеллектом, одарённый человек, высокоодаренная личность, прирожденный талант, светлая голова, золотая голова, ходячая энциклопедия, человек с искрой божьей, человек с даром, человек недалекого ума, человек с низким интеллектом, человек с примитивным мышлением, пустая голова, дырявая голова, садовая голова* и др.

Проведенный анализ позволяет установить определенные закономерности в сочетаемостных «предпочтениях» номинаций. Типичный для языка СМИ способ номинации лица по наличию / отсутствию способностей, таланта, ума – использование сочетаний разной степени устойчивости, в которых зависимые слова указывают на сферу деятельности человека: ***Гений иллюстрации****. Работы выдающегося французского художника Гюстава Доре экспонируются в Минске* (НГ. 04.09.2021); ***Гении частного бизнеса*** *вышли из провинции* (СБ. 30.03.2007); ***Футбольный гений****. В понедельник в Париже прошла ежегодная церемония награждения лучшего футболиста Европы* (СБ. 30.11.2005); *Новый* ***скрипичный гений*** *– сын белоруса и киргизки* (СБ. 02.06.2018); *Во-первых, моим научным руководителем был самый настоящий* ***титан науки*** *академик Давид Моисеевич Голуб – очень эрудированный человек* (Р. 10.08.2024); ***Титан мысли****, парадоксалист, известный скульптор Эрнст Неизвестный из тех личностей, которые цементировали культуру XX века* (СБ. 16.04.2015).

Также журналисты актуализируют характеристики ‘наличие способностей, таланта, ума’ и ‘отсутствие способностей, таланта, ума’, используя прилагательные, указывающие на его соответствие представлению о нормативном носителе социального статуса (*истинный, настоящий, образцовый*), а также прилагательные с общеоценочным значением, проявляющимся в интенсификации признака по сравнению со «стандартом» (большой, выдающийся, исключительный, великий, отличный, полный, редкий), напр.: *Мария Алексеёнок из гимназии № 5 Витебска –* ***настоящий вундеркинд****. Семиклассница победила на республиканском этапе олимпиады по русскому языку и даже выступила наравне с девятиклассниками на*

областной олимпиаде (СБ. 22.12.2025); *Ирина Юрьевна очень быстро поняла, что ей в руки попал* ***настоящий самородок****. Тоненькая, длинноногая, гибкая, хорошо координированная, милое лицо, обаятельная улыбка* (НГ. 31.05.2019); *Было и наоборот. Как Мартин Хайдеггер ценил и любил Ханну Арендт,* ***выдающегося интеллектуала****, просто красивую женщину* (СБ. 13.06.2018); *Ведь для* ***истинного таланта*** *это самое главное – железный характер* (СБ. 01.09.2018); *Человек, всерьез занятый подсчетом калорий и соотнесением себя с полезностью или неполезностью того или иного продукта или физического действия, на мой взгляд, или* ***редкий болван****, или чего-то недопонял* (СБ. 10.10.2018); *Но как только начинаешь проверять достоверность фактов, убеждаешься, что информатор – одно из двух: либо последний лжец, либо* ***полный глупец*** (СГ. 26.10.2021).

Анализ материала показывает, что статусно-маркированные номинации лица с семантическим компонентом ‘способности, талант, ум’ тесно связаны с возрастными характеристиками человека. Особенно отчетливо данная связь проявляется в употреблении номинаций, обозначающих высокий уровень способностей у детей и молодежи. В подобных случаях возраст выступает важным фактором усиления статусной оценки: раннее проявление интеллектуальных или творческих способностей интерпретируется как свидетельство исключительности личности и ее особого социального потенциала. Именно поэтому в текстах СМИ широко распространены сочетания *молодой талант, юное дарование, юный гений, маленький вундеркинд* и под.: *Петришенко: помощь и поддержка* ***молодых дарований*** *– один из главных государственных приоритетов* (СБ. 01.06.2022); *Первый учитель* ***юного гения*** *Татьяна Лашакова вновь экспериментирует – начала вести химию с третьего класса* (СБ. 18.03.2023); *На следующей неделе телеканал «Беларусь 3» расскажет зрителям о том, какие условия для учебы создаются государством с целью поддержки* ***молодых талантов*** *и сколько сил требуется, чтобы этот талант рассмотреть, выпестовать и приумножить* (Р. 01.09.2023).

Важной особенностью статусно-маркированных номинаций лица с семантическим компонентом ‘способности, талант, ум’ является их высокий оценочный потенциал. Особенно ярко оценочность проявляется у наименований, обозначающих отсутствие способностей, таланта или интеллектуальных качеств. Подобные лексемы, как правило, обладают выраженной негативной коннотацией и используются журналистами для эмоционально-оценочной характеристики лица, его деятельности или мировоззрения. При этом отрицательная оценка часто усиливается за счет экспрессивных определений, разговорной или сниженной стилистической окраски, а также контекстного противопоставления «истинного» и «ложного» таланта: *Потому что «Славянский базар» – это не глянцевая ярмарка пропла-ченных* ***бездарностей*** (СБ. 13.07.2023); *Поймал себя на мысли, что соскучился по профессионализму, устал от самодеятельности в интернете, от* ***бездарностей*** *и их кривлянья* (СБ. 22.03.2019); *Ее оппонент никаких доводов в защиту перформеров не принимает, он уверен, что под хулиганскими выходками людей, именующих себя художниками, скрываются* ***бездари****, четко осознающие свою никчемность* (СБ. 27.01.2018); *– Да как ты посмела?!* ***Бестолочь*** *безмозглая! – топая ногами, визжала красивая ухоженная мамочка* (Р. 31.05.2017).

Следует отметить, что наименования лица с отрицательной оценкой нередко функционируют в текстах СМИ в ситуации самономинации, когда говорящий характеризует себя как человека, лишенного ума, способностей или житейской сообразительности. В подобных контекстах сниженные статусные номинации становятся средством самоиронии, эмоциональной рефлексии или демонстрации

коммуникативной открытости героя публикации: *Ну какая же я **балда**. Всего на одну цифру ошиблась при покупке билета на сайте авиакомпании, и сейчас эта несчастная «тройка» цветет передо мной в образе пышного грандифлора* (СБ. 15.02.2017)*; К потерпевшим в суде Малашенко обратилась с такими словами: «Ну виновата, оказалась **глупышкой**. Если бы не задержание, вы бы уже были с машинами»* (СБ. 31.05.2018); *Вот спасибо, а то я, **дурак**, на китайский собрался. Ну круглый же **дурак**!* (СБ. 30.11.2018); *Другая моя приятельница всегда возила с собой в отели пачку одноразовых вешалок. Я, **дуреха**, выучила уже на всех языках мира: «Is it a reception? Could you bring extra hangers to my room…»* (НГ. 05.07.2019); *Он спросил, не хочу ли я подзаработать. Сумму назвал приличную. Ну я и повелась, **дурочка**!* (НГ. 14.12.2018); *Девочки повзрослели, младшая в этом году идет в школу, а я все такая же **дурында*** (СБ. 04.07.2017).

Отдельную группу статусно-маркированных номинаций лица с семантическим компонентом ‘способности, талант, ум’ составляют устойчивые метафорические и фразеологизированные наименования, обладающие высокой степенью образности и экспрессивности. Подобные единицы не только называют человека по интеллектуальным качествам, но и формируют яркую оценочную характеристику, основанную на культурно закрепленных представлениях о «норме» относительно ума или таланта. В текстах СМИ такие номинации активно используются в заголовках и журналистских контекстах благодаря их выразительности и способности передавать авторскую оценку: *Охота за **светлыми головами**. Как Запад выкачивает мозги со всего мира* (СБ. 31.07.2025); *Золотые руки, быстрые ноги и **светлая голова**. Сказ о том, как хоккеист Артем Левшунов блоху подковал* (СБ. 29.11.2025); ***Садовая голова** в плену* (СБ. 20.10.2004); *Представить тогдашнюю «Сельскую газету» без нашей Ремы просто невозможно: душа коллектива, грибной заводатор и **ходячая энциклопедия*** (СГ. 13.03.2025); *Обаятельный интеллектуал и полиглот в модных очках не зря считается **ходячей энциклопедией**: он способен поддержать разговор практически на любую тему – и не общими фразами, а точно представляя, о чем именно идет речь* (СБ. 17.04.2020). Использование подобных номинаций демонстрирует стремление журналистов к образной репрезентации интеллектуальных качеств человека.

Таким образом, статусно-маркированные номинации лица с семантическим компонентом ‘способности, талант, ум’ активно участвуют в репрезентации социальной стратификации в русскоязычных текстах белорусских СМИ. Используя подобные наименования, журналисты не только характеризуют интеллектуальные и творческие качества человека, но и транслируют представления о престижности тех или иных личностных характеристик в современном обществе. Широкий репертуар номинаций позволяет варьировать степень оценочности, выражать авторское отношение к герою публикации и повышать либо понижать его социальный статус в медиапространстве.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Бурдье, П. Формы капитала / П. Бурдье // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3. № 5. – С. 60–74.

2. Карасик, В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. – М. : Ин-т языкознания АН СССР, 1991. – 495 с.

3. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

STATUS NOMINATIONS OF A PERSON WITH THE SEMANTIC COMPONENT 'ABILITIES, TALENT, INTELLIGENCE' IN RUSSIAN-LANGUAGE TEXTS OF BELARUSIAN MEDIA

A.S. Miroshnichenko
Yanka Kupala State University of Grodno, Republic of Belarus;
Miroshnichenko_AS@grsu.by

The article analyzes the structural-semantic and functional features of status-marked nominations of a person with the semantic component 'abilities, talent, intelligence' in Russian-language texts of Belarusian media. The paper examines the peculiarities of the use of such nominations, their evaluative potential, and their role in the representation of social stratification.

Keywords: media language; nomination; personal nomination; social status; social stratification.

УДК811.161.1'42:82

ЭКСПЛИЦИТНЫЕ КОСВЕННЫЕ И ИМПЛИЦИТНЫЕ КОСВЕННЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ В РУССКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРОЗЕ XX-XXI ВВ.: ДИАХРОНИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Н.А. Михальчук
Белорусский государственный университет, Минск, Республика Беларусь,
n-mihalchuk@list.ru

В статье сопоставляется функционирование в русской прозе XX-XXI вв. эксплицитных косвенных высказываний (косвенных речевых актов) и имплицитных косвенных высказываний (намеков) в различные хронологические периоды. Выявлены факторы, влияющие на увеличение количества имплицитных высказываний в дискурсах персонажей: 1) социальная принадлежность героя; 2) психологический тип персонажа; 3) тема и сюжет произведения. Способствуют актуализации имплицитности в художественном тексте любовные, криминальные сюжеты, а также связанные с идейным противопоставлением персонажей. Для косвенных речевых актов не характерны указанные социально-культурные, тематические и сюжетные ограничения.

Ключевые слова: эксплицитное; имплицитное косвенное высказывание; косвенный речевой акт; намек; непрямая коммуникация.

Вслед за В.В. Дементьевым мы определяем непрямую коммуникацию как «содержательно осложненную коммуникацию, в которой понимание высказывания включает смыслы, не содержащиеся в собственно высказывании, и требует дополнительных интерпретативных усилий со стороны адресата» [1, с.5]. Лингвист выделяет основные показатели непрямой коммуникации, к которым относит косвенный способ передачи информации, наличие смысловых лакун, непредсказуемость реакций адресата, интенциональность реплик говорящего. Прямая коммуникация, – соответственно, это ситуация отсутствия в содержании высказывания смыслов, которые не содержатся непосредственно в тексте высказывания.

В.В. Дементьев в монографии «Непрямая коммуникация» констатирует: «Такие разнообразнейшие явления, как косвенные речевые акты, эвфемизмы, окказиональные образования, речетворчество и многие другие могут быть рассмотрены как содержательные единицы, единые по своей сущности, однако, по нашему

мнению, их объединяет не языковая, а коммуникативная категория – категория непрямой коммуникации» [1, с. 13].

Значимым критерием дифференциации косвенных речевых актов представляется степень импликации коммуникативных интенций в высказываниях. Лингвисты уже обращали внимание на неоднородность косвенности, которую они трактовали, в одном случае, как эксплицитную, в другом – как имплицитную [2] [3] [4].

Так, высказывания, содержащие прямое указание на действие, к которому побуждается адресат, в данной статье относятся к эксплицитным косвенным, а те, в структуре которых указания на интенцию нет, составляют группу имплицитных косвенных. Данная оппозиция представляется существенной для разграничения в данной статье понятий косвенного речевого акта и намека.

Так, в примерах: *«Не закроешь ли ты окно?», «Закрыл бы ты окно», «Закроешь окно»* побуждение выражается в форме косвенных речевых актов эксплицитно, так как наблюдается экспликация желаемого для адресанта действия. В то же время в высказывании *«Ой, как дует…»,* которое также является косвенным, побудительная интенция (=закрой окно) реализуется имплицитно: она скрывается в пропозиции и не имеет формальных показателей выражения

Применительно к речевому взаимодействию персонажей художественного текста значимым является то, эксплицитно или имплицитно оформлено в речевом отношении косвенно реализуемое намерение, что обусловливает оппозицию «эксплицитных косвенных побуждений» и «имплицитных косвенных побуждений» в данном исследовании.

Количественные данные демонстрируют влияние детерминанта «время написания произведения» на употребительность имплицитных высказываний в диалогах произведений. Увеличение удельного веса имплицитных реализаций побудительных интенций в речевом взаимодействии персонажей наблюдается в течение двух хронологических периодов – в материале 1920-х гг. и материале 1980-1990-х гг. (24, 8% и 23, 3%). Между данными временными отрезками есть немало общего. Их сближает происходящее в данное время радикальное изменение существующего общественно-политического строя государства, которое повлекло за собой коренное изменение прежнего порядка, ценностных ориентиров в социуме, полное преобразование экономики, культуры и других сфер.

К данным количественным показателям приближается и показатель частотности имплицитных косвенных высказываний в «городской прозе» материала 1950-1970-х гг. (средний удельный вес – 21, 3%).

В качестве факторов, влияющих на увеличение количества имплицитных высказываний в дискурсах персонажей, назовем следующие.

1.1. Социальная принадлежность персонажа

Действующее лицо, как правило, является представителем группы интеллигенции. Высокая употребительность намеков отмечена в дискурсах персонажей М. Булгакова, В. Набокова, К. Федина, А. Грина, А. Толстого, В. Тендрякова, Ф. Вигдоровой, В. Маканина, С. Довлатова, И. Сахновского, А. Варламова. С данным детерминантом связан другой – наличие или отсутствие образования. Так, в прозе М. Булгакова импликатуры являются частотными в дискурсе персонажа, имеющего высокий уровень образования, – врача («Собачье сердце»), в произведениях К. Федина – врача («Санаторий Арктур»), режиссера и актеров («Первые радости», «Необыкновенное лето»), у В. Тендрякова – в речи педагога («Шестьдесят свечей»), у Ф. Вигдоровой – медработника, журналиста («Семейное счастье»,

«Любимая улица»), у С. Довлатова – журналиста и писателя («Компромисс», «Заповедник», «Ремесло»).

1.2 Психологический тип героя

Персонаж является носителем таких личностных черт, как «дистанцирование от Другого», «низкая степень открытости в коммуникации». В то же время сюжет предполагает необходимость коммуникации персонажа, что обусловливает использование им имплицитных речевых реализаций интенций. Прежде всего, это относится к главным героям романов В. Набокова «Защита Лужина» и «Машенька», которые, в соответствии с классификацией К.Ф. Седова, могут быть охарактеризованы как представители «кооперативно-центрированного» типа языковых личностей []. Ср. *«– Плохо запирается, – сказал он, не поднимая глаз. – В прекрасный день вы все выроните» <…> «Непременно все высыплется», – сказал Лужин, опять завладев сумкой»* (=почините) (В. Набоков «Защита Лужина»). *«– Вы вот поете, – сказал Ганин, сдвинув брови, – а мне это мешает спать»* (=перестаньте петь) (В. Набоков «Машенька»).

С другой стороны, импликатуры могут соотноситься с повышенной вежливостью героев и их склонностью к кооперации (ср. профессор Преображенский в повести М. Булгакова «Собачье сердца», персонажи Б. Зайцева, А. Грина, А. Толстого).

1.3 Сюжет, тема.

Для произведений с выраженностью имплицитных речевых реализаций интенций характерными являются особые темы и виды сюжетов. Рассмотрим основные из них.

В центре сюжета может быть любовная коллизия. В таких произведениях, как «Хождение по мукам» А. Толстого, «Затмение» В. Тендрякова, «Любимая улица» Ф. Вигдоровой, «Андеграунд, или Герой нашего времени» В. Маканина авторы исследуют и описывают деликатную область человеческих отношений, в которой прямая и эксплицитная косвенная коммуникация могут быть травматичными для говорящего или адресата, в результате чего герои отдают предпочтение имплицитным высказываниям.

Так, в романе А. Толстого «Хождение по мукам» одним из сюжетных ходов является ситуация тайного соперничества сестер в любви, что предопределяет использование высоко зашифрованных директивных речевых реализаций интенций. Ср. *«Она вздохнула громко и замолчала. Екатерина Дмитриевна сидела теперь согнувшись, опустив руки на колени. – Бессонов очень дурной человек, – проговорила она, – он страшный человек, Дашенька. <…> Он всю тебя сломает»* (=не сближайся с Бессоновым) (А. Толстой «Хождение по мукам»).

В повести «Затмение» В. Тендрякова изображается распад молодой семьи в связи с появлением соперника – особенности сюжета детерминируют употребление имплицитных речевых реализаций интенций. Ср. *«На исходе третьего дня Майя позвонила в лабораторию. В ее голосе были непривычные заискивающие интонации: – Павел, папу вызвали в Москву, мама одна. Я бы не хотела, Павел, сейчас оставлять ее. Я сказала ей, что ты задерживаешься еще на три дня»* (=не приезжай) (В. Тендряков «Затмение»).

В романе Ф. Вигдоровой «Любимая улица» наблюдается реплика, прагматически близкая к приведенной выше: в ситуации семейного конфликта жена в неявной форме побуждает мужа на время расстаться. Ср. *«Улыбнувшись, будто бы не было сказано то, что было только что сказано, она включила радио и, взяв книгу. Села с ногами на диван: – Я устала нынче. И хочу побыть одна»* (=уходи).

В романе «Андеграунд, или Герой нашего времени» В. Маканина муж намекает сторожу, чтобы он следил за его женой и информировал о ее действиях. Ср. *«Мы опять на кухне, кофе, и Курнеев заводит старую песню: – Мы, Петрович, мужчины, за женщину в ответе… Я молчу. – Если мужчина вдруг заметил грешок за чьей-то женой, не надо, чтобы знали все, ты согласен? Не надо лишней болтовни. Не надо скандала. Спокойно предупредить мужа – это значит помочь семье пережить трудный час». Он ждет. Я молчу»* (=расскажи, что ты знаешь о моей жене).

Сюжет может предполагать развитие криминальной ситуации. В таких произведениях, как «Король, дама, валет» В. Набокова, «Джесси и Моргиана» А. Грина, «Андеграунд, или Герой нашего времени» В. Маканина, «Чемодан» В. Довлатова, «Плаха» Ч. Айтматова, отражается речевое взаимодействие организаторов преступлений, представителей криминальных групп, которые в целях сокрытия информации от третьих лиц оперируют намеками. Примечательно, что все указанные произведения принадлежат к хронологическим отрезкам, в которые отмечается наибольшая концентрация имплицитных высказываний в диалогах персонажей – 1920-е гг. и 1980-1990-е гг. Ср. *«Это было бы так просто, – сказала она Францу, улыбаясь своей чудесной, влажной улыбкой. – Пили бы вместе чай вечером, и вдруг…»* (=давай организуем и совершим убийство) (В. Набоков «Король, дама, валет»). *«– Так как вы богаты, – во всяком случае, деньги сестры перейдут к вам, – мы уверены, что недоразумение будет улажено»* (=заплатите за молчание) (А. Грин «Джесси и Моргиана»).

В центре сюжета может находиться противостояние идейных антагонистов. Чтобы избежать открытого конфликта, персонажи романов М. Булгакова «Собачье сердце», Ч. Айтматова «Плаха» прибегают к использованию речевых импликатур. Ср. *«– Если бы сейчас была дискуссия, – начала женщина, волнуясь и загораясь румянцем, – я бы доказала Петру Александровичу… – Виноват, вы же не сию минуту хотите открыть эту дискуссию? – вежливо спросил Филипп Филиппович»* (=давайте прекратим разговор) (М. Булгаков «Собачье сердце»). *«– Ты, похоже, не дурак, но ведь ты сам полез в капкан. Так что теперь, будь ласка, оплачивай мое высокое доверие не менее высокой ценой. – Что ты имеешь в виду? – Думаю, ты сам догадываешься. – Догадываться – одно, говорить впрямую – другое <…> – Так ты велишь говорить впрямую, – прервал молчание Гришан. – Хорошо…»* (=прими участие в нашей деятельности) (Ч. Айтматов «Плаха»).

Результаты данного исследования показывают, что установленные факторы влияют на использование персонажами косвенных речевых актов в меньшей степени, чем на использование ими директивных намеков.

Так, побудительные косвенные речевые акты активно порождаются в диалогах русской прозы представителями всех социальных групп:

- интеллигенции, ср. *«Потом Леша сказал: – Татьяна Сергеевна, я обещал Кате сегодня сводить ее в кино, на «Первоклассницу». Не составите ли нам компанию?»* (Ф. Вигдорова «Любимая улица»);
- мещан, ср. *«Бабушка не однажды говорила ей тихо: – Варя, ты бы поела чего маленько, а?»* (М. Горький «Детство»);
- крестьян, ср. *«Потом, когда обсохла роса на улице, попросила: «Вынес бы ты меня, Степа, на волю. Уж так-то хочется поглядеть на поля да на солнышко»* (Ф. Абрамов «Сестры и братья»);

- рабочих, ср. *«Ты бы сказала ему, что же он так, – полуупрекая, сказал он Зарипе. – Машинист отвечать не будет, не положено ходить по путям. Да дело не в этом. К чему так рисковать?»* (Ч. Айтматов «Буранный полустанок»).

Отмечается широта тематики произведений, значительный диапазон сюжетов и речевых ситуаций, в рамках которых используются эксплицитные косвенные высказывания. Представление косвенных речевых актов в дискурсах персонажей, в отличие от намеков, детерминировано такими их чертами характера, как деликатность, тактичность, а также обусловлено врожденной склонностью языковой личности к предпочтению непрямой коммуникации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дементьев, В.В. Непрямая коммуникация / В.В. Дементьев. – М.: Гнозис, 2006. – 374 с.

2. Теория функциональной грамматики: Темпоральность. Модальность. – Л,: Наука, 1990. – С. 80-87.

3. Иосифова, В.Е. Русский императив в грамматической системе и в разговорной речи: автореф. дис. … докт. филол. наук: 10.02.01 / В.Е. Иосифова ; Моск. гос. обл. ун-т – М., 2011. – 33 с.

4. Поспелова, А.Г. Косвенные высказывания / А.Г. Поспелова // Спорные вопросы английской грамматики, отв.ред. В.В. Бурлакова. – СПб., 1988. С.141-153.

EXPLICIT INDIRECT AND IMPLICIT INDIRECT STATEMENTS IN RUSSIAN FICTIONAL PROSE XX-XXI CENTURIES: DIACHRONIC ASPECT

N. A. Mikhalchuk

Belarusian State University, Minsk, Belarus, n-mihalchuk@list.ru

The article compares the functioning of explicit indirect statements (indirect speech acts) and implicit indirect statements (hints) in Russian prose of the 20th and 21st centuries in different chronological periods. The factors influencing the increase in the number of implicit statements in the characters' discourses are identified: 1) the social status of the character; 2) the psychological type of the character; 3) the theme and plot of the work. Love stories, crime stories, and stories involving ideological contrasts between characters contribute to the actualization of implicitness in literary texts. These socio-cultural, thematic, and plot restrictions are not characteristic of indirect speech acts.

Keywords: explicit; implicit indirect statement; indirect speech act; hint; indirect communication.

УДК 811.161.1:070:93

РУССКИЙ ЯЗЫК В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ: НОРМЫ, ВАРИАТИВНОСТЬ И ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ

Н.В. Мишина

Донецкий государственный медицинский университет имени М. Горького Министерства здравоохранения Российской Федерации Российская Федерация, eskalive25@gmail.com

В статье рассматривается современное состояние русского языка в условиях глобальной цифровизации коммуникационных процессов. Анализируется влияние интернет-среды на трансформацию языковых норм, исследуются причины высокой вариативности речевых практик в социальных сетях и мессенджерах. Особое внимание уделяется процессам демократизации языка, конвергенции устной и письменной форм речи, а также

возникновению новых графических и лексических систем (эмодзи, стикеры, мемы). Автор выявляет ключевые тенденции изменения структуры языка и прогнозирует дальнейшее развитие лингвистических стандартов в цифровом пространстве.

Ключевые слова: русский язык, цифровая среда, языковая норма, компьютерно-опосредованная коммуникация, вариативность, интернет-лингвистика, медиатекст, неологизмы.

Введение. Современный этап развития лингвистики характеризуется пристальным вниманием к трансформации языка под воздействием технологий. Цифровая среда перестала быть просто инструментом передачи информации, превратившись в самостоятельную коммуникативную экосистему. В рамках этой системы русский язык претерпевает наиболее масштабные изменения со времен реформ начала XX века. Актуальность темы обусловлена необходимостью осмысления того, как меняется когнитивная и речевая деятельность носителей языка в условиях мгновенного обмена сообщениями и глобальной доступности информации [1, с. 123].

Конвергенция устной и письменной речи. Одной из фундаментальных характеристик русского языка в цифровой среде является стирание четкой границы между устными и письменными формами бытования языка. Текст в мессенджере или социальной сети, формально оставаясь письменным, по своим функциональным характеристикам тяготеет к спонтанной разговорной речи [2, с. 31].

Это явление, получившее в лингвистике название «письменная разговорная речь», порождает специфические особенности: сверхкраткость и фрагментарность предложений; отказ от использования заглавных букв и знаков препинания в конце фразы (пунктуационный минимализм); использование графических знаков для передачи эмоций и интонации, что заменяет невербальные компоненты коммуникации (жесты, мимику) [3, с. 44].

Такая «устность» письма ведет к пересмотру традиционной нормы: то, что в академическом стиле считается ошибкой (отсутствие запятой, эллипсис), в цифровой среде становится инструментом экономии речевых усилий и обеспечения скорости коммуникации [4, с. 44].

Динамика языковой нормы и проблема вариативности. Понятие нормы в цифровой среде становится менее ригидным. Мы наблюдаем переход от прескриптивного (предписывающего) подхода к дескриптивному (описывающему реальную практику). Вариативность проявляется на всех уровнях языка [1, с. 124].

Орфография и пунктуация. Возникает так называемая «функциональная неграмотность», когда ошибки допускаются осознанно для придания тексту определенной стилистической окраски (например, нарочитое упрощение). В то же время цифровая среда порождает новые нормы оформления текста — например, использование дефисов вместо многоточий или повторение гласных для передачи долготы звука («нууууу», «привееееет») [2, с. 32].

Лексика и словообразование. Цифровая среда является главным источником неологизмов. Большая часть заимствований связана с англоязычной технической терминологией (хайп, дедлайн, стримить, кринж), однако русский язык демонстрирует высокую адаптивную способность, мгновенно включая эти единицы в свою морфологическую систему (словообразовательные цепочки: хайп — хайпануть — захайпленный) [3, с. 45].

Визуализация и мультимодальность дискурса. Цифровой русский язык перестал быть чисто вербальным процессом. Современный медиатекст мультимода-

лен: смысл передается через комбинацию букв, цифр, спецсимволов, эмодзи, гифок и видеосообщений [4, с. 45].

Эмодзи и стикеры выполняют в сетевом русском языке роль паралингвистических средств. Они не просто дублируют текст, но часто выступают в роли самостоятельных предикатов, полностью заменяя вербальное высказывание. Это ведет к появлению новых синтаксических конструкций, где пиктограмма может занимать позицию подлежащего или сказуемого. Происходит «иероглифизация» кириллического письма, что является одной из наиболее ярких тенденций современности [1, с. 125].

Игровой и манипулятивный потенциал. Цифровая среда провоцирует носителей языка на лингвистическую игру. Явления «олбанского языка», мем-культура и намеренные искажения направлены на идентификацию коммуникантов по принципу «свой-чужой». Язык в интернете становится средством самовыражения и творческого эксперимента в гораздо большей степени, чем в доцифровую эпоху [2, с. 33].

С другой стороны, анонимность и дистантность цифрового общения способствуют снижению этического порога. Агрессивное речевое поведение, «хейтспич» и троллинг формируют специфический пласт сниженной лексики, которая постепенно проникает в общелитературный обиход, размывая границы допустимого в публичном дискурсе [3, с. 46].

Прогнозы и тенденции развития. Анализ цифровой речевой практики позволяет выделить некоторые устойчивые тенденции изменения русского языка. Высокий стиль отходит на периферию, уступая место прагматичному и упрощенному языку. Стремление к передаче максимального объёма информации за минимальное время стимулирует развитие аббревиации и сжатия синтаксических структур [4, с. 46].

Интеллектуальная автоматизация. Использование «Т9», автозамены и нейросетевых моделей для генерации текста начинает влиять на индивидуальный стиль авторов, унифицируя их речь и подстраивая её под алгоритмические стандарты. Кроме того, важно учитывать, что цифровая коммуникация не является однородной: язык мессенджеров, профессиональных форумов, социальных сетей и комментариев под видео существенно различается по степени нормативности, эмоциональной насыщенности и жанровым особенностям. Именно поэтому современное исследование интернет-речи должно опираться не только на общие наблюдения, но и на анализ конкретных платформ, поскольку каждый сервис формирует собственные речевые привычки и свои правила допустимого [1, с. 126].

Отдельного внимания заслуживает влияние визуального компонента на текст. В цифровой среде слово все чаще существует не само по себе, а в связке с изображением, эмодзи, мемом, стикером или реакцией. Это приводит к тому, что смысл сообщения нередко оказывается распределённым между несколькими семиотическими кодами. В результате повышается значение контекста и снижается роль развернутого словесного описания. Пользователь может передать сложную эмоцию одним символом или устойчивой мемной формулой, что делает коммуникацию одновременно более быстрой и более зависимой от культурной памяти участников общения [3, с. 47].

Ещё одна характерная черта – усиление диалогичности и интерактивности. Текст в интернете редко существует как завершенное монологическое высказывание: он почти всегда предполагает ответ, реплику, цитирование, реакцию или ре-

пост. Это меняет саму природу письменной речи, приближая ее к устному общению. Возникает эффект *«разговорной письменности»*, при которой синтаксис становится более фрагментарным, а интонация передается через пунктуацию, повторения, разрывы фраз и графические средства оформления [4, с. 46].

В лингвистическом плане особенно интересно наблюдать за тем, как цифровая среда влияет на словообразование. В интернет-русском активно используются гибридные модели, в которых сочетаются русские и иноязычные элементы, сокращения, усечения и суффиксальные трансформации. Такие механизмы позволяют языку быстро реагировать на новые реалии, прежде всего на появление новых сервисов, технологий и форм взаимодействия. При этом подобные новообразования далеко не всегда остаются в пределах сетевого жаргона: часть из них постепенно закрепляется в более широком употреблении [1, с. 127].

Наконец, нельзя не отметить, что цифровая среда становится пространством постоянной языковой рефлексии. Пользователи интернета не только пишут, но и обсуждают, как нужно писать; не только создают новые формы, но и оценивают их, спорят о норме, иронизируют над ошибками, сознательно используют отклонения от стандарта как средство выразительности. Тем самым интернет превращается не просто в канал распространения речи, а в особую лабораторию языкового самонаблюдения, где одновременно рождаются, проверяются и закрепляются новые коммуникативные модели [4, с. 47].

Заключение. Русский язык в цифровой среде демонстрирует поразительную гибкость и жизнеспособность. Несмотря на опасения пуристов о «порче языка», мы наблюдаем не его деградацию, а процесс адаптации к новым техническим условиям. Вариативность и отступление от жестких норм в интернете не уничтожают литературный стандарт, а создают параллельную систему коммуникации, адекватную запросам цифрового общества. Основным вызовом для современного общества остается сохранение баланса между функциональностью сетевого языка и богатством классической языковой традиции. Дальнейшее изучение цифрового русского языка требует междисциплинарного подхода, объединяющего лингвистику, социологию и когнитивную психологию.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дмитриева, Ю. Л. Основные подходы к изучению текста в практике его анализа / Ю. Л. Дмитриева // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2023. – № 27-2. – С. 123-128.

2. Карпий, С. В. Вещание как сфера функционирования медиалингвистики / С. В. Карпий, Г. А. Игнатенко // Мировые исследования в области естественных и технических наук : Материалы VI Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 30 апреля 2023 года. – Ставрополь: Общество с ограниченной ответственностью "Ставропольское издательство "Параграф", 2023. – С. 31-33.

3. Язык прямого включения как инструмент медиаэкономики / Л. Г. Элизбарашвили, Т. И. Парамонова, Ю. В. Шакович [и др.] // Социально-экономические, политико-правовые парадигмы современности : Материалы XVI Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 17 июля 2023 года / . – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "Концепция", 2023. – С. 44-47.

4. Язык прямого включения как инструмент медиаэкономики / Л. Г. Элизбарашвили, Т. И. Парамонова, Ю. В. Шакович [и др.] // Социально-экономические, политико-правовые парадигмы современности : Материалы XVI Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 17 июля 2023 года / . – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "Концепция", 2023. – С. 44-47.

THE RUSSIAN LANGUAGE IN A DIGITAL ENVIRONMENT: NORMS, VARIABILITY, AND TRENDS OF CHANGE

N.V. Mishina
Donetsk State Medical University named after M. Gorky
Ministry of Health of the Russian Federation
Russian Federation, eskalive25@gmail.com

The article examines the current state of the Russian language in the context of global digitalization of communication processes. The influence of the Internet environment on the transformation of language norms is analyzed, and the reasons for the high variability of speech practices in social networks and messengers are investigated. Special attention is paid to the processes of democratization of language, convergence of oral and written forms of speech, as well as the emergence of new graphic and lexical systems (emojis, stickers, memes). The author identifies key trends in the changing structure of the language and predicts the further development of linguistic standards in the digital space.

Keywords: Russian language, digital environment, linguistic norm, computer-mediated communication, variability, Internet linguistics, media text, neologisms.

УДК 81’25

CHARACTERISTIC FEATURES OF EMOJI AS AN INTEGRAL PART OF ELECTRONIC COMMUNICATION

Nigar Naghiyeva
Institute of Linguistics named after Nasimi of ANAS
Baku, Azerbaijan, nagiyevanigar8@gmail.com

Emoji are an essential element of modern digital communication, adding emotional tone, visual appeal, and expressiveness to written text. Their key feature is their ability to convey ideas concisely, clearly, and quickly. Emoji complement words, and sometimes even completely replace them, making communication simpler and clearer. Although these symbols are universal, they can have different meanings in different cultures. Emoji express emotions (joy, sadness, surprise), as well as objects, events, and situations. Their use is more common in informal communication, but they also play an important role in social media and marketing. At the same time, emoji influence the structure of language, creating a new form of communication and spurring the development of visual language. However, excessive or incorrect use can lead to misunderstandings.

In conclusion, emoji are a modern communication tool that makes written communication more lively, emotional, and effective, but they require proper use.

Keywords: emoji, digital, electronic communication, expression, society

The emergence and rapid development of the Internet has led to major changes in society. Thanks to the Internet, people can instantly communicate with each other and instantly obtain the information they want. The development of technology has ensured the widespread use of the concept of electronic communication and the inclusion of various scientific fields in the research spheres. The mass media that existed in society before the emergence of the Internet: newspapers, radio, television, have already lost their popularity and given way to social networking tools. Thus, communication directly related to electronic devices has begun to play an important role in the life of a modern person.

Many studies have been conducted and statistical data have been determined on the characteristics of electronic communication. The Pew Research Center, a scientific cen-

ter operating in America, conducts certain statistical studies every year, starting with the widespread use of computers and smartphones. Thus, the study called “Teens and Social Media Fact Sheet” conducted in 2025 shows how teenagers’ interest in social media has changed in recent years. Thus, while teenagers' overall interest in social media decreased between 2015 and 2024, the number of Whatsapp users increased significantly. In our opinion, this is because Whatsapp has become the main stabilizing tool for daily communication [6].

These changes cover all spheres of society, as electronic communication differs from both oral and traditional written communication. The following features of electronic messages can be noted: 1) texts are usually small in size; 2) a message is sent at any time and is received at the same time; 3) it is possible to communicate with several people at the same time; 4) the short-term nature of what is written, that is, as new text appears on the screen, the previous message rises to the top and may not be seen by everyone. Therefore, in chats we often encounter expressions such as “what are you talking about”, “would you please repeat the topic”, “would you please give me some brief information”.

The differences between oral and written speech are characterized by cognitive dynamics and have different ontology [2].

Each person, depending on the physical conditions and cultural facts surrounding him, can encounter different meanings when communicating with people from different aspects.

Modern technologies that provide electronic communication pave the way for the emergence of new language connections. Interlocutors create short messages, send them, read them, and all these processes continue at the speed of live communication. At the same time, the impact of the existing text depends to a certain extent on the quality of its writing. Thus, the more literate, concise and understandable the text is, the higher the quality and speed of the conversation will be. Our personal observations show that there are many spelling errors in the texts, and even if this is visible to the user, there is no need to correct them. Whatsapp chats act as a typical example of a modern network community. The collective chats that take place here are of great interest because they unite different types of people: both those who pay attention to the literateness of writing and those who do not.

When using emoticons, paragraphemic communication imitates facial expressions, which are other paralinguistic means [5, p.143].

One of the most important features of such chats is the use of emoji, emoticons, and smileys in electronic communication. It is now impossible to imagine any electronic text without them.

The emergence of smileys (smiley faces) dates back to 1963. An American insurance company created a yellow smiley face logo to increase the motivation of its employees and distributed it to them. In a short time, this drawing began to gain wide popularity around the world. The artist Harvey Ball, who drew that smiley, earned $45 for his work, because he did not officially patent it. On the other hand, the smiling :-) or sad :-(faces used in typographic writings also gained their popularity with the development of the Internet. The typographic smiley :-) was first used in electronic messaging in 1982 by employees of Carnegie Mellon University in Pittsburgh, USA, as a joke indicator. This type of symbol was called an emoticon (https://en.wikipedia.org/wiki/Emoticon). The word emoticon is a combination of the words emotion and icon (emotion + icon). The word emoji is a combination of the Japanese words “hieroglyph” and “image”.

Emojis were created in 1999 by Shigitaka Kurita, an employee of DoMoCo. These emojis were adopted by Unicode and were included in the iPhone keyboard in 2011.

The code for all emojis belongs to the Unicode Consortium, electronic devices all over the world recognize and accept emojis. Although the first emoji users were young people and teenagers, over time their popularity increased and began to attract all age categories. There is even an emoji dictionary on the network, where each user can add a description to the drawing [7].

Many surveys conducted around the world show that emojis are used more by people under the age of 40 (about 69%). This is due to the fact that emojis are a new phenomenon, like the Internet. In fact, in 2015, Oxford Dictionaries chose the emoji of tears of joy as the word of the year. As a result, emojis have begun to become the universal language of the new information age.

Emoticons have begun to have national characteristics since their first appearance. Thus, while cheeky :-), :-(,)) emoticons are widely used in America and European countries, horizontal emoticons were used more in Asian countries (-_-), zzz, >_<, 0_0).

A larger project was the mathematical modeling of emoji messages. At this time, 1.6 million messages in 13 European languages were analyzed in the X network (14). All messages were divided into positive, neutral and negative signs evaluated by native speakers. As a result, statistics on the use of emojis emerged. The acceptance of emojis as a universal language determines that each emoji image conveys a stable emotional meaning. However, using any emoji, such as a smiling or sad face, does not mean that the person writing the text is laughing or sad at that moment. Unlike natural communication, where people express emotions by seeing each other, written communication is always thoughtful and does not involve spontaneous reactions. Sometimes a user who is experiencing mixed feelings puts an emoji at the end of the text so that it is more quickly accepted by the recipient. On the contrary, an emoji with a sad face may be happy because it can share his feelings.

T. Shnobelen, while studying the meaning of 28 emoticons among 3.8 million messages, notes the writing of emotions with or without a nose [3, p. 124]. According to this approach, emoticons simply reflect the emotional state of the author, having an interactive nature and determining the attitude of the author and readers to any expression. The study showed that the messages of authors who added a “nose” to emoticons are longer and, as a rule, do not contain grammatical errors and taboo words. The owners of such posts were mainly representatives of the older generation. Due to their rich emotional meaning, emojis are often used to convey emotions in online communication. Users usually use emojis more for positive messages, and less for sad or angry messages. Emojis are used as a universal tool to convey sincerity, friendliness and clarity in cases where words are not enough or seem dry. The communicative function of emoticons in business communication around the world has been widely studied. The results of a number of studies show that emoticons are used not as an expression of emotion, but rather to indicate how the messages sent to the interlocutor should be understood. It should be noted that emojis, mainly placed at the end of a sentence, perform the function of a kind of punctuation mark indicating the type of sentence. Emojis strengthen expressive speech acts, but soften directive ones. With their help, a positive attitude between interlocutors is maintained.

D.Y. Zakharova notes that expressing emotions and feelings in writing requires a certain amount of time and effort. New formal tools (emojis) pave the way for their conclusion [4, p.126].

After the pandemic forced most employees to work remotely, the role of emojis began to increase and strengthen. British Dr. Moitri Banerjee, a psychologist at the University of Chichester, suggests that remote workers can compensate for the loss of up to 93% of non-verbal signals from body language and intonation recommended using more ideograms and emojis for. He noted that emojis help employees accurately "read" the tone of an email. In cyberpsychology, emojis are considered quasi-verbal signs that are ideal for conveying attitudes, emotions, and expressiveness in written communication.

Acting as small nonverbal cues, emojis help colleagues understand tone, social cues, and subtle nuances. They fill in the gaps left by plain text, making messages easier to interpret and reducing the risk of misunderstanding.

Emojis are not just decorative, they are also functional, helping to solve the following problems:

- Conveying intent and emotion in text communication;
- Developing a common emotional language within teams;
- Reducing misunderstandings and maintaining psychological safety;
- Increasing participation and collaboration;
- Effectively expressing recognition and gratitude.

According to Adobe's "Future of Creativity: 2022 Emoji Trend Report," 73% of people believe that emojis make them appear friendly, funny, or outgoing, which means that emojis are not just text decoration, but also have a psychological impact.

By 2025, an estimated 92% of people will use emojis, indicating their widespread use as a visual language. At the same time, the topic of "information through emoji" is becoming increasingly relevant in business communication. The widespread use of emojis means that using them in team chats, emails, and collaboration platforms is no longer an option - it's the norm.

A study by the Adaptivist Group reveals clear differences in emoji use across generations in the workplace (table).

Table 1

Generation	Use at work	Risk of misunderstanding
Gen Z	68%	43%
Millennialls	48%	32%
50+	36%	20%

A survey of 10,000 employees in the US, France, Germany, India and Australia by YouGov & Atlassian confirms this generational contrast: 65% of employees use emojis to convey tone, 88% of GenZ find them useful, while only 49% of Baby Boomers and GenX agree.

But despite their widespread use, a significant portion of professionals are wary: 65% of employees admit to not using emojis at work for fear of being misunderstood.

62% of professionals believe emojis can boost team morale.

According to Adobe's US Workflow data, emoji users say they help them:

Share ideas quickly – 79%

Make more effective decisions – 62%

Reduce the number of meetings and calls – 47%

When asked why they use emoji in work emails, 56% said "to be friendly," but 26% of recipients believe that using emoji in emails is a sign of unprofessionalism.

This data shows that emoji can enliven and speed up communication, but excessive or incorrect use can make messages seem too random.

While most of the above data refers to the United States and Western countries, global emoji use is growing rapidly. For example, in a 2024 survey, 80% of Americans reported being confused when interpreting emojis, highlighting that understanding them is not guaranteed even in highly active markets.

Furthermore, as of September 2025, the total number of official emojis in the standard was 3,953, which is a sign of the expanding "dialects" in this digital language.

At the same time, psycholinguistic experiments of messages with and without emojis show that participants who use emoji are more sociable and friendly [1]. Our personal observations show that the emojis that each person uses most often in their correspondence history are displayed at the beginning of all emojis, which are mainly emojis such as a smiley face, heart, rose, eyeball, crying with joy, etc. It should be noted that middle-aged male users use emojis less often. The reasons for using emojis include the transmission of emotions, laconicism, raising mood, reflecting context, and simplifying communication.

In conclusion, we can note that in modern society, communication between people takes place electronically. The main feature of electronic communication is the establishment of a connection close to natural contact. Therefore, the use of emojis is increasing. Although they are not the universal language of the Internet community, they play a major role in the interpretation of electronic texts. There is a tendency for emojis to be used more often between close friends and relatives. In more serious, status-based electronic communication, the use of emojis is rare. Emojis are not just for fun, but also help people communicate more effectively.

REFERENCES

1. Fullwood C., Martino O. Emoticons and impression formation / C. Fullwood, O. Martino // Applied Semiotics. — 2007. — Vol. 19, № 7. — P. 4–14.

2. Kravchenko A. V. The experiential basis of speech and writing as different cognitive domains / A. V. Kravchenko // Pragmatics and Cognition. — 2009. — Vol. 17, № 3. – P. 527–548.

3. Schnoebelen T. Do you smile with your nose? Stylistic variation in Twitter emoticons / T. Schnoebelen // University of Pennsylvania Working Papers in Linguistics. – 2012. – Vol. 8, iss. 2. – P. 116–125

4. Захарова Е.О. Нерегламентированная пунктуация как признак рекламного текста. Томск, 2010.-176с.

5. Куликова И. В. Учебный гипертекст как средство обучения построению высказывания: английский язык, неязыковой вуз: автореф. дис. ... канд. пед. наук.- Тамбов:Тамбовский гос. ун-т им. Г.Р.Державина, 2007. - 20с.

6. https://www.chanty.com/blog/ru/emoji-statistics-ru/

7. https://emojidictionary.emojifoundation.com/

8. https://en.wikipedia.org/wiki/Emoticon

ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЭМОДЗИ КАК НЕОТЪЕМЛЕМОЙ ЧАСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Н.Н. Нагиева

Институт языкознания им. Насими НАНА

Баку, Азербайджан, nagiyevanigar8@gmail.com

Эмодзи являются одним из важных элементов современной цифровой коммуникации и добавляют эмоциональный тон, визуальность и выразительность письменному тексту.

Их главная особенность — способность передавать идеи кратко, ясно и быстро. Эмодзи дополняют слова, а иногда и полностью заменяют их, делая общение проще и понятнее. Хотя эти символы универсальны, они могут иметь разные значения в разных культурах. Эмодзи выражают как эмоции (радость, грусть, удивление), так и объекты, события и ситуации. Их использование более распространено в неформальном общении, но они также играют важную роль в социальных сетях и маркетинге. В то же время эмодзи влияют на структуру языка, создавая новую форму коммуникации и давая импульс развитию визуального языка. Однако чрезмерное или неправильное использование может привести к недопониманию. В заключение, эмодзи – это современное средство коммуникации, которое делает письменное общение более живым, эмоциональным и эффективным, но требует правильного использования.

Ключевые слова: эмодзи, цифровой, электронная коммуникация, экспрессия, общество.

УДК 811.161.1:070:93

ФРЕЙМИНГ И ОЦЕНОЧНОСТЬ В МЕДИАДИСКУРСЕ: СОВРЕМЕННЫЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ

К.В. Панасенко

Донецкий государственный медицинский университет имени М. Горького Министерства здравоохранения Российской Федерации
Российская Федерация, eskalive25@gmail.com

В статье рассматриваются фрейминг и оценочность как взаимосвязанные лингвистические механизмы воздействия в современном медиадискурсе. Актуальность исследования обусловлена возрастанием роли цифровых медиа, в которых интерпретация события нередко оказывается не менее значимой, чем его фактологическое содержание. Цель работы состоит в выявлении способов языковой реализации фрейма и оценочной перспективы в новостных, аналитических и публицистических медиатекстах. Теоретической основой исследования послужили положения когнитивной лингвистики, медиалингвистики и прагмалингвистики. В статье показывается, что фрейминг задаёт направление восприятия события через отбор релевантных признаков, композицию сообщения и тематическое акцентирование, тогда как оценочность формирует интерпретационный вектор посредством лексических, морфологических, синтаксических и текстовых средств. Особое внимание уделяется взаимодействию эксплицитной и имплицитной оценки, а также роли контекста в усилении эффектов медийного воздействия. Делается вывод о том, что фрейминг и оценочность выступают не изолированно, а как единый механизм конструирования медиареальности, способный как информировать, так и направлять общественное мнение.

Ключевые слова: медиадискурс, фрейминг, оценочность, лингвистическое воздействие, медиатекст, интерпретация, имплицитная оценка, речевое воздействие.

Введение. Современное медиапространство характеризуется высокой плотностью информационных потоков, ускорением циркуляции сообщений и ростом конкуренции за внимание адресата. В этих условиях медиатекст всё чаще выполняет не только информативную, но и интерпретативную функцию: он не просто сообщает о событии, но и предлагает определённый способ его понимания. Именно поэтому в фокусе лингвистического анализа оказываются механизмы, позволяющие медиа конструировать смысловые приоритеты, задавать перспекти-

ву восприятия и формировать оценочные установки аудитории. К числу таких механизмов относятся фрейминг и оценочность [1, с. 133].

Фрейминг в широком смысле пнимается как процесс отбора и организации информации, при котором одни аспекты события акцентируются, а другие оказываются на периферии или полностью исключаются из сообщения. В медиадискурсе фрейминг выражается через заголовки, композицию материала, тематическое членение, выбор номинативных единиц и распределение аргументов. Оценочность же связана с языковым выражением отношения говорящего к описываемому объекту, событию или лицу. В медиатексте оценка может быть явной, когда автор прямо квалифицирует явление как положительное или отрицательное, и скрытой, когда оценочное значение создаётся через коннотации, метафоры, эпитеты, модальные конструкции и контекстуальные противопоставления [2, с. 270].

Сочетание фрейминга и оценочности делает медиаречь мощным инструментом влияния на массовое сознание. Актуальность данной проблемы усиливается в эпоху цифровых платформ, где новостной текст нередко существует в условиях дефицита внимания и высокой скорости потребления информации. В подобных обстоятельствах даже краткая языковая единица способна существенно изменить интерпретацию события [3, с. 71].

Цель настоящей статьи состоит в том, чтобы описать основные лингвистические механизмы, посредством которых фрейминг и оценочность реализуются в современном медиадискурсе, а также показать их совместное воздействие на адресата. Для достижения этой цели необходимо рассмотреть теоретические основания понятия фрейма, определить языковые средства выражения оценки и проанализировать их взаимодействие в медиатексте.

Теоретические основания исследования. Понятие фрейма вошло в научный оборот в рамках когнитивной науки и получило развитие в лингвистике как способ структурирования знания о мире. Фрейм представляет собой когнитивную схему, активизирующую набор ожидаемых признаков, сценариев и интерпретаций, связанных с определённой ситуацией. В медиакоммуникации фрейм выполняет функцию не только упорядочивания информации, но и управления вниманием аудитории. Когда журналист выбирает определённый фрейм, он фактически определяет, какие вопросы будут казаться центральными, какие участники события – значимыми, а какие причины и последствия – существенными [1, с. 134].

Оценочность в лингвистике рассматривается как компонент значения, выражающий позитивное, негативное или нейтральное отношение к объекту речи. В медиадискурсе оценка редко существует в изолированном виде: она встроена в прагматическую структуру текста и тесно связана с авторской интенцией, жанром и адресатной установкой. При этом оценка может быть институциональной, когда она отражает редакционную позицию, и индивидуально-авторской, когда связана с личным стилем журналиста. Однако в массовой коммуникации эти уровни часто переплетаются, создавая эффект естественной, *“объективной”* интерпретации, хотя в действительности она может быть тщательно сконструирована [2, с. 271].

Важно подчеркнуть, что фрейминг и оценочность не являются тождественными явлениями. Фрейм определяет рамку интерпретации, тогда как оценочность наполняет эту рамку эмоционально-ценностным содержанием. Иначе говоря, фрейм отвечает на вопрос, что именно считать значимым, а оценка – как это значимое следует воспринимать. В медиадискурсе оба механизма действуют совместно, образуя единую систему воздействия [3, с. 72].

Лингвистические средства фрейминга в медиадискурсе. Одним из наиболее заметных средств фрейминга является заголовок. Именно заголовок задаёт первичную интерпретацию события и часто определяет дальнейшее восприятие текста. Лексический выбор в заголовке может направить внимание адресата на конфликт, успех, угрозу, кризис или, напротив, на стабильность и достижение. Например, одно и то же событие может быть представлено как “рост цен” или как “корректировка стоимости”, что уже предполагает различную рамку понимания. В первом случае акцентируется негативный эффект для потребителя, во втором – нейтрально-технический характер процесса.

Не менее важную роль играет композиция медиатекста. Если в начале материала помещается информация о негативных последствиях события, а затем следуют уточнения и комментарии, то читатель воспринимает событие в соответствующем проблемном ключе. Напротив, если текст начинается с положительных результатов и лишь затем вводит уточняющие обстоятельства, формируется иная смысловая перспектива. Таким образом, фрейминг реализуется не только на уровне словаря, но и на уровне текстовой архитектоники [1, с. 135].

Значимым средством фрейминга являются также номинации участников события. Название субъекта действия может быть подобрано так, чтобы подчеркнуть его социальный статус, профессиональную принадлежность, возраст, национальность, групповую идентичность или степень легитимности. Различие между словами *“участники”, “митингующие”, “активисты”* или *“толпа”* влияет на восприятие одной и той же группы людей, поскольку каждая номинация активизирует свой когнитивный и оценочный фон. Подобные различия особенно заметны в медиатекстах, где идёт борьба за интерпретацию событий и за символическое определение их участников [2, с. 272].

К фреймингу относятся и метафорические модели. Метафора в медиадискурсе не только украшает речь, но и структурирует понимание. Если событие описывается через метафору *“волны”, “лавины”, “кризисного давления”* или *“информационного шторма”*, адресат начинает воспринимать его как стихийное, трудно контролируемое и потенциально угрожающее. Метафора, следовательно, создаёт определённую рамку, в которой факт получает дополнительную смысловую нагрузку [3, с. 73].

Языковые механизмы выражения оценочности. Оценочность в медиатексте может быть выражена эксплицитно с помощью слов с яркой эмоционально-оценочной семантикой: *“успешный”, “провальный”, “скандальный”, “неэффективный”, “резонансный”, “опасный”*. Подобная лексика задаёт читателю готовую интерпретацию и сокращает пространство для альтернативного понимания. Однако в современных медиатекстах не менее распространены имплицитные формы оценки, которые нередко оказываются более эффективными, поскольку воспринимаются как менее навязчивые.

К числу имплицитных средств относятся ирония, кавычки, семантические противопоставления, контекстуальные намёки, определённые модели предикативности, а также выбор грамматического лица и вида. Например, пассивные конструкции могут снижать степень ответственности субъекта, а, напротив, активные глагольные формы способны усиливать чувство агентности и вины. В тексте, где говорится, что *“решение было принято”*, субъект действия остаётся размытым, что создает эффект обезличенности. Если же употребляется конструкция *“власти резко увеличили”*, возникает ощущение прямого и осознанного действия, сопровождаемого оценкой [1, с. 136].

Особую роль играют наречия и частицы, усиливающие модальный и эмоциональный оттенок высказывания: *“чрезвычайно”, “неожиданно”, “наконец”, “только”, “всего лишь”*. Данные элементы часто кажутся второстепенными, но именно они создают интонацию текста и направляют читательское восприятие. Через них журналист может показать удивление, сомнение, недовольство, одобрение или скепсис, не прибегая к открытому оценочному суждению [2, с. 273].

Синтаксическая организация тоже влияет на выражение оценки. Парцелляция, риторические вопросы, восклицательные конструкции, инверсия и повторы способны усиливать экспрессивность и тем самым повышать степень воздействия текста. Например, короткие фрагментированные предложения создают впечатление напряжённости и срочности, а развернутые, усложнённые конструкции могут, напротив, имитировать аналитическую нейтральность, скрывая при этом направленность оценки [3, с. 70].

Взаимодействие фрейминга и оценочности. Наиболее значимые эффекты медиадискурса возникают там, где фрейминг и оценочность не просто сосуществуют, а взаимно усиливают друг друга. Фрейм задаёт общий смысловой каркас, а оценка наполняет его эмоционально-ценностным содержанием. Например, если событие структурируется как *“кризис”*, то даже относительно нейтральные факты внутри этого фрейма начинают восприниматься как подтверждение неблагополучия. Если же событие помещено в фрейм *“реформы”* или *“обновления”*, то те же самые факты могут быть интерпретированы как этапы позитивного процесса.

Данное взаимодействие особенно заметно в новостных жанрах, где декларируется объективность. Именно в таких текстах оценка нередко маскируется под информационную нейтральность. Журналист может не использовать открыто негативных слов, но через последовательность аргументов, отбор цитат и контекстуальное окружение выстроить весьма определённый смысл. Таким образом, воздействие осуществляется не за счёт прямой экспрессии, а посредством структурной и прагматической организации текста [1, с. 137].

В аналитических и публицистических жанрах оценочность проявляется более явно, однако и там она подчинена фреймовым стратегиям. Авторы не только выражают позицию, но и предлагают читателю готовую модель объяснения события. В результате медиатекст становится пространством конкурирующих интерпретаций, где выигрыш получает та версия, которая лучше встроена в устойчивые когнитивные схемы аудитории [2, с. 274].

Следует также учитывать влияние цифровой среды на характер фрейминга и оценочности. Социальные сети, новостные агрегаторы и платформы коротких сообщений стимулируют фрагментацию текста и повышение роли заголовка, подзаголовка, цитаты и визуального сопровождения. В такой среде оценочный эффект может создавать не только слово, но и его графическое выделение, эмодзи, порядок публикаций, набор хэштегов. Фреймирование становится мультимодальным, а оценка распределяется между вербальными и невербальными средствами [3, с. 69].

Практическое значение анализа медиадискурса. Исследование фрейминга и оценочности имеет важное прикладное значение. Во-первых, оно позволяет выявлять скрытые стратегии воздействия в массовой коммуникации и тем самым способствует развитию медиаграмотности [4, с. 54]. Во-вторых, оно помогает описывать стилистические особенности современных медиа и объяснять, каким образом языковые средства участвуют в конструировании общественной повестки. В-третьих, анализ таких механизмов полезен для редакционной практики, поскольку

способствует более осознанному обращению с речевыми ресурсами и повышению качества публичного высказывания [3, с. 74].

Кроме того, понимание механизмов фрейминга и оценочности важно для лингвистической экспертизы, поскольку позволяет установить степень интерпретационной направленности текста, его потенциальную манипулятивность и наличие скрытых оценочных импликаций. В условиях информационной перегруженности подобные исследования приобретают не только академическую, но и социальную значимость [1, с. 138].

Заключение. Фрейминг и оценочность представляют собой ключевые лингвистические механизмы воздействия в современном медиадискурсе. Фрейминг определяет рамку интерпретации события, выделяя одни аспекты и затемняя другие, а оценочность придаёт этой рамке ценностный и эмоциональный вектор. В совокупности они формируют медиареальность, которая воспринимается адресатом не как нейтральное отражение действительности, а как интерпретированная и структурированная версия события [4, с. 55].

Современные медиа используют широкий спектр средств реализации данных механизмов: от заголовков, композиции и номинации до метафоры, модальности, синтаксической экспрессии и графического выделения. Особенно значимым становится взаимодействие эксплицитной и имплицитной оценки, поскольку именно скрытая оценочность часто оказывается наиболее эффективной в условиях декларативной объективности новостного сообщения. Ниже представлена структура и расширенное содержание основной части исследования, фокусирующееся на конкретных примерах реализации данных механизмов в текстах современных СМИ [4, с. 56].

Лингвистический инструментарий фрейминга и оценочности в медиатекстах. В современных медиа ключевую роль играет выбор номинации. Например, использование слов «активист», «протестующий» или «радикал» в отношении одного и того же лица создает принципиально разные оценочные фреймы. В первом случае актуализируется фрейм гражданской позиции, во втором — процесс участия в акции, в третьем — угроза порядку. Оценочность в данном контексте реализуется через коннотативный компонент значения слова, который транслирует отношение автора к описываемому субъекту.

Метафорическое моделирование как инструмент фрейминга. Метафора является мощным средством структурирования информации. Частое использование военных метафор в текстах об экономике или медицине («битва за урожай», «война с вирусом», «ценовой десант») навязывает адресату логику противостояния и мобилизации. Такое фреймирование заставляет аудиторию воспринимать ситуацию в категориях «свой — чужой» и оправдывает жесткие меры управления [4, с. 57].

Синтаксические способы актуализации смыслов. Порядок слов, использование пассивного залога или безличных конструкций позволяет сместить фокус ответственности. Сравним: «Полиция разогнала демонстрацию» и «Демонстрация была разогнана». В первом случае акцентируется субъект действия и его ответственность, во втором — само событие как некая данность. Это классический пример фрейминга через грамматический выбор, где оценка скрыта за объективированной формой высказывания.

Роль медиазаголовков в первичном фреймировании. Заголовок выполняет функцию «точки входа» в текст и задает предустановку для восприятия всей последующей информации. Использование кликбейтных конструкций, риторике-

ских вопросов или эмоционально окрашенных эпитетов в заголовке формирует у читателя первичный оценочный горизонт еще до ознакомления с фактологической базой статьи.

Взаимодействие этих уровней создает целостный медиаобраз события, воздействующий одновременно на рациональное и эмоциональное восприятие аудитории.

Таким образом, изучение фрейминга и оценочности в медиадискурсе позволяет глубже понять природу языкового воздействия в цифровую эпоху. Медиатекст сегодня следует рассматривать как сложную семиотическую систему, где значение не только передаётся, но и конструируется. Именно поэтому анализ лингвистических механизмов воздействия остаётся одной из наиболее актуальных задач современной медиалингвистики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дмитриева, Ю. Л. Игра как метод обучения в высшей школе / Ю. Л. Дмитриева // Лингвистические исследования и их использование в практике преподавания русского и иностранных языков : Материалы II Международной научно-методической конференции «Лингвистические исследования и их использование в практике преподавания дисциплины «Русский язык и культура речи», Донецк, 22 мая 2019 года. – Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2019. – С. 133-138.

2. Карпий, С. В. Специфика разновидностей современного телерепортажа / С. В. Карпий // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2019. – Т. 38, № 2. – С. 270-274.

3. Карпий, С. В. Отождествление и противопоставление понятий «трансляция» и «репортаж» в тележурналистике / С. В. Карпий // Верхневолжский филологический вестник. – 2019. – № 3(18). – С. 69-74.

4. Развитие высшего образования сегодня / Г. А. Игнатенко, А. В. Борота, А. П. Кухто, Н. К. Базиян-Кухто // Торсуевские чтения: научно-практический журнал по дерматологии, венерологии и косметологии. – 2022. – № 1(35). – С. 54-57.

FRAMING AND EVALUATION IN MEDIA DISCOURSE: MODERN LINGUISTIC MECHANISMS OF INFLUENCE

K. V. Panasenko

Donetsk State Medical University named after M. Gorky
Ministry of Health of the Russian Federation
Russian Federation, eskalive25@gmail.com

The article examines framing and evaluativeness as interrelated linguistic mechanisms of influence in modern media discourse. The relevance of the research is due to the increasing role of digital media, in which the interpretation of an event often turns out to be no less significant than its factual content. The purpose of the work is to identify ways of linguistic realization of the frame and evaluative perspective in news, analytical and journalistic media texts. The theoretical basis of the research was the provisions of cognitive linguistics, media linguistics and pragmalinguistics. The article shows that framing sets the direction of perception of an event through the selection of relevant features, message composition and thematic emphasis, while evaluative forms an interpretative vector through lexical, morphological, syntactic and textual means. Special attention is paid to the interaction of explicit and implicit assessment, as well as the role of context in enhancing the effects of media exposure. It is concluded that framing and evaluation do not act in isolation, but as a single mechanism for constructing media reality, capable of both informing and directing public opinion.

Keywords: media discourse, framing, evaluativeness, linguistic impact, media text, interpretation, implicit assessment, speech impact.

УДК 811.161.1:070:93

ДИСКУРСИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОММЕНТАРИЕВ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В СЕТЕВЫХ СМИ

Т.И. Парамонова
Донецкий государственный медицинский университет имени М. Горького Министерства здравоохранения Российской Федерации
Российская Федерация, eskalive25@gmail.com

Статья посвящена анализу дискурсивных особенностей комментариев пользователей в сетевых средствах массовой информации. Рассматриваются коммуникативные, прагматические и лингвостилистические характеристики пользовательских реплик, размещаемых под новостными публикациями и аналитическими материалами. Особое внимание уделяется полифункциональности комментария как формы сетевого высказывания, в которой сочетаются оценочность, диалогичность, экспрессивность, интерактивность и конфликтогенность. Выявляются основные стратегии речевого поведения пользователей: поддержка, оппонирование, уточнение, эмоциональное реагирование, иронизирование, полемизация. Показано, что комментарии в сетевых СМИ формируют особый тип дискурсивного пространства, где новостной текст становится основанием для публичного обсуждения, а пользователь — активным соавтором медиасмысла. Делается вывод о том, что комментарий в сетевых СМИ выступает не только как реакция на информационное сообщение, но и как самостоятельный медиадискурсивный жанр, отражающий ценностные установки, социальные представления и коммуникативные практики цифровой эпохи.

Ключевые слова: сетевые СМИ, комментарий пользователя, медиадискурс, дискурсивные особенности, диалогичность, оценочность, экспрессивность, речевая стратегия, интернет-коммуникация.

В условиях цифровизации медиапространства традиционная модель односторонней передачи информации трансформируется в интерактивную форму коммуникации, при которой адресат получает возможность немедленно реагировать на сообщение, интерпретировать его и публично выражать собственную позицию. Одним из наиболее значимых проявлений этой тенденции являются комментарии пользователей в сетевых средствах массовой информации. Данный тип высказываний представляет собой не просто ответ на новостной текст, а сложное дискурсивное образование, сочетающее черты разговорной, публицистической и интернет-коммуникации. Именно поэтому комментарии пользователей заслуживают рассмотрения как самостоятельный объект лингвистического анализа [1, с. 123].

Актуальность исследования определяется тем, что комментарий в сетевых СМИ стал важным элементом медиадискурса, влияющим на формирование общественного мнения, интерпретацию событий и репутацию информационного ресурса. В отличие от печатной прессы, где коммуникация носила преимущественно линейный характер, сетевые издания создают пространство множественных голосов, в котором каждый пользователь может стать участником публичного обсуждения. Такое расширение коммуникативного поля сопровождается изменением структуры высказывания, способов аргументации и стилистического оформления комментариев [2, с. 31].

Цель данной статьи состоит в выявлении дискурсивных особенностей комментариев пользователей в сетевых СМИ и определении их функциональной специфики. Для достижения поставленной цели необходимо рассмотреть комментарий как жанр сетевой коммуникации, охарактеризовать его основные прагматические

установки и описать языковые средства, обеспечивающие реализацию коммуникативных намерений пользователя [3, с. 17].

Комментарий в сетевых СМИ следует понимать как вторичный речевой жанр, возникающий в ответ на первичный медиатекст и направленный на его интерпретацию, оценку либо оспаривание. При этом комментарий не ограничивается простой реакцией на содержание публикации. Он может выходить за пределы темы, вовлекать дополнительные социальные, политические, культурные или бытовые смыслы, а также вступать в полемику с другими участниками обсуждения. Таким образом, комментарий формирует особое дискурсивное пространство, в котором новость становится поводом для развертывания общественной дискуссии [4, с. 44].

Одной из ключевых дискурсивных характеристик комментариев пользователей является их диалогичность. Хотя комментарий часто адресован не конкретному лицу, а широкому кругу читателей, он всегда предполагает наличие адресата и предполагаемого ответа. Диалогичность проявляется в обращениях к другим пользователям, в прямом цитировании фрагментов новостного текста, в вопросительных конструкциях и репликах, рассчитанных на возражение или согласие. Нередко комментарии образуют цепочки взаимосвязанных реплик, где каждый следующий участник корректирует, развивает или опровергает позицию предыдущего. В результате комментарий становится элементом полилога, а не изолированным высказыванием [1, с. 124].

Другой важной особенностью является оценочность. Пользовательский комментарий почти всегда содержит явную или имплицитную оценку обсуждаемого события, личности, явления или информационного ресурса. Оценка может быть положительной, отрицательной либо амбивалентной, однако именно она определяет коммуникативную направленность реплики. На уровне лексики оценочность выражается с помощью прилагательных с субъективно-оценочной семантикой, эмоционально окрашенных существительных, разговорных слов, усилительных частиц и модальных конструкций. Например, комментарии могут включать выражения типа «абсолютно справедливо», «крайне сомнительно», «очевидная манипуляция», «наконец-то здравый смысл». Такие единицы не только передают отношение автора, но и задают тон дальнейшему обсуждению [2, с. 32].

Экспрессивность комментариев пользователей тесно связана с их оценочной направленностью. Поскольку сетевое общение характеризуется высокой скоростью реакции и относительной свободой речевого поведения, пользователи нередко прибегают к средствам эмоционального усиления: восклицательным знакам, повторам, междометиям, разговорным и просторечным элементам, графическим выделениям. Экспрессивность выполняет сразу несколько функций: она привлекает внимание к высказыванию, усиливает убедительность позиции и помогает передать эмоциональное состояние говорящего. В условиях цифровой коммуникации экспрессия становится не только средством выражения эмоций, но и маркером вовлеченности автора в обсуждение [3, с. 18].

Следует отметить и конфликтогенный потенциал комментариев в сетевых СМИ. Публичность, анонимность и минимальный уровень институционального контроля способствуют тому, что комментарии часто превращаются в пространство полемики, взаимных обвинений и речевой агрессии. Конфликтность может проявляться в резкой оценочной лексике, сарказме, насмешке, отрицании аргументов собеседника, а также в нарушении коммуникативной этики. При этом конфликт в комментариях не всегда носит деструктивный характер [1, с. 128]. В

ряде случаев он стимулирует обсуждение, выявляет альтернативные точки зрения и способствует более глубокому осмыслению проблемы. Однако с точки зрения дискурсивной организации конфликтность делает комментарий важным индикатором напряженности общественного восприятия той или иной темы [4, с. 45].

Особое место в структуре пользовательских комментариев занимает стратегия самоидентификации. Пользователь, комментируя новость, не только выражает отношение к событию, но и репрезентирует себя как носителя определенных взглядов, ценностей и социального опыта. Это проявляется в использовании местоимения первого лица, ссылок на личный опыт, указаний на принадлежность к определенной группе, а также в демонстрации экспертности. Комментатор может позиционировать себя как очевидец, специалист, гражданин, родитель, налогоплательщик, читатель или «обычный человек». Такая самоидентификация позволяет ему легитимировать свою позицию и усилить ее убедительность [1, с. 125].

С точки зрения речевых стратегий комментарии пользователей в сетевых СМИ можно условно разделить на несколько типов. Во-первых, это поддерживающие комментарии, в которых автор соглашается с содержанием публикации или с мнением другого пользователя. Такие высказывания обычно содержат формы согласия, благодарности, одобрения и солидаризации. Во-вторых, это оппонирующие комментарии, направленные на оспаривание изложенной информации или интерпретации событий. В них нередко используются аргументация, контраргументы, вопросы, уточнения и оценочные суждения. В-третьих, это комментарии-маркировки, в которых пользователь не разворачивает содержательную дискуссию, а лишь обозначает эмоциональную реакцию, например смех, возмущение, удивление или недоверие. В-четвертых, это комментарии-метатексты, в которых обсуждается не само событие, а качество новости, стиль изложения, достоверность источника или поведение других комментаторов [2, с. 33].

Лингвистическая организация комментариев пользователей в сетевых СМИ отражает особенности устной спонтанной речи, перенесенной в письменную цифровую среду. Для них характерны краткость, эллиптичность, синтаксическая неполнота, разговорные конструкции, непоследовательность изложения, а также сочетание нормативных и ненормативных языковых средств. При этом подобная «разговорность» не является признаком низкой культуры речи как таковой. Скорее, она свидетельствует о стремлении к максимальной скорости и непосредственности коммуникации. В комментариях активно используются сокращения, аббревиатуры, эмодзи, междометия, межтекстовые ссылки, хэштеги, что делает их поликодовым и мультимодальным продуктом [3, с. 19].

Отдельного внимания заслуживает интертекстуальность комментариев. Пользователи часто обращаются к другим медиатекстам, цитируют заголовки, пересказывают общеизвестные высказывания, используют аллюзии и прецедентные феномены. Это позволяет им расширять смысловой горизонт обсуждения и включать конкретный новостной повод в более широкий контекст. Интертекстуальные включения выполняют как информативную, так и оценочную функцию, поскольку помогают соотнести событие с уже существующими культурными сценариями и интерпретативными моделями. Тем самым комментарий становится не только откликом на новость, но и местом пересечения различных дискурсивных потоков [4, с. 46].

Важно подчеркнуть, что комментарии пользователей в сетевых СМИ обладают высокой степенью жанровой гибридности. В одном и том же высказывании могут сочетаться элементы реплики, мини-эссе, эмоционального отклика, аргумента-

тивного текста и даже иронического афоризма. Такая гибридность обусловлена свободой сетевой коммуникации и отсутствием жесткой жанровой регламентации. Пользователь сам выбирает объем, тон, структуру и стиль комментария, ориентируясь на ситуацию, тему публикации и предполагаемую аудиторию. В результате комментарий становится гибкой формой выражения мысли, способной быстро адаптироваться к меняющимся коммуникативным условиям [1, с. 126].

Функционально комментарии пользователей в сетевых СМИ выполняют несколько взаимосвязанных задач. Информативная функция проявляется в дополнении новости новыми сведениями, уточнениями и личным опытом. Оценочная функция связана с выражением отношения к событию и его интерпретации. Коммуникативная функция заключается в поддержании диалога между участниками обсуждения. Персуазивная функция реализуется в стремлении повлиять на мнение других читателей. Идентификационная функция позволяет автору заявить о своей позиции и принадлежности к определенному сообществу. Наконец, социально-регулятивная функция проявляется в том, что комментарии могут способствовать актуализации общественно значимых проблем, выявлению конфликтных точек и формированию коллективной реакции на событие [3, с. 20].

Таким образом, комментарии пользователей в сетевых СМИ представляют собой сложное и многомерное дискурсивное явление. Их специфика определяется сочетанием диалогичности, оценочности, экспрессивности, конфликтности, интертекстуальности и жанровой гибкости. Комментарий в цифровой медиасреде уже нельзя рассматривать как второстепенное приложение к новостному сообщению [1, с. 127]. Он становится самостоятельным элементом медиадискурса, влияющим на смысловую структуру текста и на способы общественного обсуждения актуальных событий. Анализ таких комментариев позволяет не только выявить особенности сетевого речевого поведения, но и глубже понять механизмы формирования публичного мнения в современной информационной среде [4, с. 47].

В заключение следует отметить, что исследование дискурсивных особенностей комментариев пользователей в сетевых СМИ имеет значительный научный потенциал. Перспективными направлениями дальнейшего изучения могут стать сопоставление комментариев на разных медиаплатформах, анализ речевых стратегий в тематически различных рубриках, а также исследование влияния модерации и интерфейсных решений на характер пользовательской коммуникации. В условиях роста цифровой медиакультуры комментарий продолжает оставаться одним из наиболее показательных форматов проявления языковой личности и общественной дискуссии.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дмитриева, Ю. Л. Основные подходы к изучению текста в практике его анализа / Ю. Л. Дмитриева // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2023. – № 27-2. – С. 123-128.

2. Карпий, С. В. Вещание как сфера функционирования медиалингвистики / С. В. Карпий, Г. А. Игнатенко // Мировые исследования в области естественных и технических наук : .Материалы VI Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 30 апреля 2023 года. – Ставрополь: Общество с ограниченной ответственностью "Ставропольское издательство "Параграф", 2023. – С. 31-33.

3. Свойства функций прямого включения / Л. Е. Шокотько, О. В. Подолина, Е. А. Кононова [и др.] // Психология. Педагогика. Филология: актуальные проблемы теории и практики : материалы XV Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 12 июля 2023 года. – Ростов-на-Дону: Профлист, 2023. – С. 17-20.

4. Язык прямого включения как инструмент медиаэкономики / Л. Г. Элизбарашвили, Т. И. Парамонова, Ю. В. Шакович [и др.] // Социально-экономические, политико-правовые парадигмы современности : Материалы XVI Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 17 июля 2023 года / . – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "Концепция", 2023. – С. 44-47.

DISCURSIVE FEATURES OF USER COMMENTS IN ONLINE MEDIA

T. I. Paramonova
Donetsk State Medical University named after M. Gorky
Ministry of Health of the Russian Federation
Russian Federation, eskalive25@gmail.com

The article is devoted to the analysis of the discursive features of user comments in online media. The article examines the communicative, pragmatic and linguistic characteristics of user cues placed under news publications and analytical materials. Special attention is paid to the polyfunctionality of commentary as a form of network utterance, which combines evaluativeness, dialogicality, expressivity, interactivity and conflictogenicity. The main strategies of users' speech behavior are revealed: support, opposition, clarification, emotional reaction, irony, polemicization. It is shown that comments in online media form a special type of discursive space, where the news text becomes the basis for public discussion, and the user becomes an active co—author of the media meaning. It is concluded that commentary in online media acts not only as a reaction to an information message, but also as an independent media discursive genre reflecting the values, social concepts and communicative practices of the digital age.

Keywords: online media, user commentary, media discourse, discursive features, dialogic, evaluative, expressive, speech strategy, Internet communication.

УДК 81' 371

МЕТАФОРИЗАЦИЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ: КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Е.Н. Петракова
Курский государственный университет
Российская Федерация, alyonapetrackova@yandex.ru

Статья посвящена анализу когнитивных и прагматических механизмов метафоризации юридической терминологии в современном дискурсе. Исследование выявляет типологию концептуальных метафор юридических терминов, определяет когнитивные операции переноса значения и описывает прагматические функции юридических терминов, подвергшихся метафоризации в непрофессиональном дискурсе. На основе анализа медийного, интернет- и субкультурного дискурсов предлагается авторская модель когнитивно-прагматической трансформации юридического термина при его переходе из профессиональной сферы в обыденную речь.

Ключевые слова: юридическая терминология; метафоризация; когнитивная лингвистика; концептуальная метафора; детерминологизация; прагматические функции; непрофессиональный дискурс.

Метафоризация юридических терминов представляет собой когнитивный процесс адаптации специализированной лексики к потребностям непрофессиональной коммуникации. Закономерный характер данного процесса подтверждается его типологической воспроизводимостью: аналогичные механизмы метафорического переосмысления фиксируются при детерминологизации медицинской, экономи-

ческой и военной терминологии, что неоднократно отмечалось в работах отечественных и зарубежных исследователей [1, с. 102; 3, с. 94]. Кроме того, закономерность процесса обусловлена его когнитивной природой: согласно теории концептуальной метафоры, перенос значения из одной понятийной области в другую является универсальным механизмом человеческого мышления, а не случайным или единичным явлением [12, с. 25]. В условиях активного проникновения правовой терминологии в медийное пространство, социальные сети и повседневное общение носители языка усваивают юридические понятия не через систематическое изучение права, а фрагментарно, что приводит к когнитивному переосмыслению терминов и их включению в иные концептуальные структуры. Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью понимания механизмов трансформации терминологии при её переходе из профессионального дискурса в непрофессиональный, а также выявления прагматических функций юридических терминов, подвергшихся метафоризации в непрофессиональном дискурсе.

Юридическая терминология традиционно рассматривается как система понятий, характеризующаяся точностью, однозначностью и строгой дефинированностью. Однако при функционировании в непрофессиональной среде термины подвергаются процессам детерминологизации и метафоризации, утрачивая первоначальную семантическую строгость и приобретая новые коннотативные компоненты. Литвишко О.М. отмечает, что юридический дискурс в современном обществе становится всё более проницаемым для непрофессиональных коммуникантов, что приводит к размыванию границ терминологического поля и появлению гибридных форм словоупотребления [1, с. 102]. Процесс детерминологизации сопровождается изменением семантической структуры термина: происходит расширение денотативного объёма, появление коннотативных компонентов, утрата связи с юридическим концептуальным полем [2, с. 135].

Когнитивная лингвистика рассматривает метафору не как декоративный приём, а как фундаментальный механизм мышления, позволяющий структурировать абстрактные концепты через более конкретные области опыта. Согласно теории концептуальной метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона, метафора представляет собой когнитивную операцию проецирования структуры одной понятийной области (источника) на структуру другой области (цели) [12, с. 25]. В случае с юридической терминологией источником метафоризации выступают абстрактные правовые концепты, а целью – конкретные жизненные ситуации, социальные отношения, эмоциональные переживания и оценочные суждения. Буянова Л.Ю. подчёркивает, что терминологическая деривация в языке науки неразрывно связана с когнитивными процессами концептуализации и категоризации специального знания [3, с. 94].

Метафоризация юридических терминов тесно связана с процессами вторичной номинации и косвенной репрезентации правовых концептов. Зубкова О.С. и Логвина С.А. указывают, что формирование вторичных номинаций в специализированном дискурсе ограничено приспособленческим поведением участников коммуникации и связано с необходимостью адаптации абстрактных понятий к конкретным коммуникативным ситуациям [4, с. 862]. При метафоризации юридических терминов происходит компиляция разнотипных смыслов в форму когнитивной единичности, необходимой для появления нового, метафорически переосмысленного значения. В контексте коммуникативного сотрудничества происходит ассимиляция социально-познавательных и языковых процессов, которые на

семантическом уровне выражаются в выборе говорящего поступиться принципами терминологической точности в пользу семантической эффективности [4, с. 869].

Важным аспектом метафоризации является её связь с процессами эвфемизации. Как отмечает Зубкова О.С., эвфемистические преобразования в медийном и обыденном дискурсах часто основываются на метафорических механизмах, позволяющих смягчить негативную коннотацию социально неодобряемых явлений [4, с. 864]. В юридической сфере эвфемизация через метафору позволяет снизить психологическое напряжение, возникающее при столкновении с правовыми нормами и юридической ответственностью.

На основании анализа контекстов употребления юридической терминологии в медийном, интернет- и субкультурном дискурсах, извлечённых из Национального корпуса русского языка и публикаций в социальных сетях, нами были выделены шесть базовых концептуальных моделей метафоризации юридических терминов. Основанием для выделения данных моделей послужила классификация типов концептуальных метафор, предложенная Дж. Лакоффом и М. Джонсоном [12], а также типология пространственных и онтологических метафор, развиваемая в рамках отечественной когнитивной лингвистики [3; 5]. Каждая модель объединяет группу метафорических выражений, в которых фиксируется однотипное когнитивное проецирование правовой сферы на определённую область-источник. Баранов В.М. и Власенко Н.А. также указывают на продуктивность классификации правовых метафор по сферам-источникам, выделяя научные, нормативные и профессиональные метафоры в праве [15, с. 13].

Первая модель – «право – это пространство» – проявляется в пространственных метафорах, структурирующих правовые отношения через категории места, границы, движения. Типичными примерами, зафиксированными в Национальном корпусе русского языка, являются выражения: *войти в права*, *выйти за рамки закона*, *находиться в правовом поле*, *за чертой закона*. Данная модель основывается на базовой когнитивной операции пространственной концептуализации абстрактных понятий, что делает правовые нормы более наглядными и доступными для непрофессионального сознания. Лозовская А.С. отмечает, что пространственная метафора характерна для наивной правовой картины мира, где право воспринимается не как система норм, а как совокупность внешних ограничений и возможностей [5, с. 292].

Вторая модель – «право – это сила / война» – реализуется в милитарных и силовых метафорах, концептуализирующих правовые процессы как борьбу, противостояние, защиту или нападение. Примерами служат выражения: *защищать свои права*, *правовая борьба*, *атаковать решение суда*, *юридическое оружие*, *правовой щит*. Эта модель отражает конфликтную природу многих правовых отношений и активирует фрейм борьбы, где участники юридического процесса выступают как противоборствующие стороны. Метафоры, порождённые в рамках данной модели, усиливают драматический аспект правовой коммуникации и подчёркивают необходимость активных действий для защиты своих интересов.

Третья модель – «правонарушение / юридическая ответственность – это товар / валюта» – проявляется в экономических метафорах, осмысляющих юридические последствия через категории обмена, стоимости, приобретения и утраты. Данная модель широко представлена в обыденном и медийном дискурсах; характерными примерами, выявленными в интернет-коммуникации и медийных текстах, являются выражения: *получить срок*, *заплатить за преступление*, *расплатиться за*

содеянное, *отработать наказание*. Здесь юридические последствия становятся объектом обмена, который можно «получить», «избежать» или «заслужить». Буянова Л.Ю. указывает, что экономическая метафоризация терминологии связана с влиянием рыночного дискурса на все сферы общественной жизни, включая правовую [3, с. 167]. Эта модель отражает прагматический подход к правовой сфере, где наказание воспринимается не как моральное следствие проступка, а как нежелательный результат неудачной «сделки» с правоохранительными органами.

В рамках четвёртой модели – «правовая норма – это физическое препятствие» – закон и его отдельные положения уподобляются материальным объектам, с которыми субъект сталкивается в ходе своего движения. Корпусный материал фиксирует такие контексты, как *нарваться на статью*, *столкнуться с законом*, *обойти закон*, *наткнуться на запрет* [13]. В этих выражениях нормативный акт или санкция предстаёт чем-то вещественным: преградой, которую человек способен миновать, стеной, о которую он ударяется, или ловушкой, в которую попадает непреднамеренно. Благодаря такому переносу область права, лишённая чувственной наглядности, получает телесно-кинестетическую конкретику, а сами нормы становятся интуитивно понятными тем, кто не имеет профессиональной юридической подготовки.

Пятая модель – «судебное разбирательство / правовые процедуры – это спектакль / игра» – опирается на театральную и игровую образность: *играть роль потерпевшего*, *судебный спектакль*, *разыграть карту*, *поставить защиту* [13]. Участники процесса предстают здесь либо актёрами, которым предписан определённый сценарий поведения, либо игроками, выбирающими тактику в зависимости от ситуации за столом. Абдуллаева С.Д. связывает продуктивность театральной метафоры с тем, что в массовом сознании право воспринимается как социальный конструкт, успех внутри которого зависит не столько от объективной истины, сколько от умения её выгодно преподнести аудитории [6, с. 355]. Тем самым данная модель фиксирует определённый скепсис общества по отношению к официальным юридическим институтам и допущение того, что грамотная «постановка» или верно найденная «комбинация» может повлиять на исход дела.

Шестая модель – «юридические процедуры – это движение / путь» – реализуется в выражениях *ход дела*, *течение процесса*, *дело движется*, *зашло в тупик*, *продвижение расследования*. Данная модель основана на метафоре пути и отражает процессуальный характер правовых процедур, их поэтапность и протяжённость во времени. Движение может быть быстрым или медленным, иметь препятствия или идти гладко, что передаёт динамику юридических процессов.

Процесс метафоризации юридических терминов базируется на нескольких ключевых когнитивных операциях. Первичной операцией является концептуальная интеграция, при которой элементы различных ментальных пространств (правового и обыденного опыта) объединяются в единую структуру. Зубкова О.С. и Антипова А.С. отмечают, что формирование функциональных терминологических систем базируется на системной контекстуализации коллокационных последовательностей, где имплицитно присутствуют условия, характерные для определённых локусов значения контекстуально связанных между собой лексем [7, с. 4203]. В случае с юридической терминологией концептуальная интеграция позволяет связать абстрактные правовые понятия с конкретными житейскими ситуациями и телесным опытом.

Второй значимой операцией является категоризация, при которой юридические феномены переносятся из категории специальных правовых понятий в категории

обыденного опыта. Например, категоризация судебного разбирательства как «игры» или «спектакля» активирует соответствующие фреймы с их характерными ролями, правилами и ожиданиями. Фреймовая структура, как показывают исследования, представляет собой динамический конструкт, содержащий набор ядерных и периферийных слотов, трансформирующихся в зависимости от социальных детерминант в необходимую модель передачи или интерпретации информации [7, с. 4203].

Третьей операцией является профилирование, при котором в сложной структуре юридического концепта выделяются и акцентируются определённые аспекты. Например, в метафоре *получить срок* профилируется аспект приобретения наказания как объекта, в то время как процессуальные и моральные аспекты отходят на второй план. Цыремпилова И.В. подчёркивает, что выбор определённого профиля метафоризации связан с культурными особенностями правовой системы и традициями её восприятия в обществе [8, с. 455].

Четвёртой операцией является перспективизация, связанная с выбором точки зрения на правовую ситуацию. Метафора *защищать права* представляет правовую ситуацию с позиции активного субъекта, обороняющего свою территорию, в то время как метафора *попасть под статью* представляет ту же ситуацию с позиции пассивного объекта, подвергшегося внешнему воздействию. Выбор перспективы определяет не только лингвистическое оформление высказывания, но и характер восприятия правовой ситуации.

Источниками метафоризации юридической терминологии выступают различные каналы трансляции правовой информации. Первый канал – медийный дискурс, прежде всего криминальные новости, телевизионные сериалы и фильмы юридической тематики. Тихомирова Л.В. и Тихомиров М.Ю. отмечают, что медиа упрощают и драматизируют правовую информацию, создавая искажённое представление о юридических процедурах и институтах [9, с. 518]. Носители языка усваивают юридическую терминологию не из нормативных правовых актов, а из художественных произведений и новостных репортажей, где термины используются в метафорическом и эмоционально окрашенном контексте.

Второй канал – интернет-коммуникация, включающая социальные сети, форумы, видеоблоги. В интернет-среде юридическая терминология активно переосмысляется, становится частью мемов, шуток, вирусных видео. Юридические термины в интернет-коммуникации нередко превращаются в элементы иронического дискурса, утрачивая связь с первоначальным правовым значением и приобретая функцию комического или критического комментария. Третий канал – субкультурный дискурс, где юридическая терминология заимствуется из криминального жаргона и адаптируется к нуждам неформальной коммуникации. Воеводина А.В. указывает, что криминальный жаргон оказывает значительное влияние на разговорную речь, поскольку воспринимается как символ независимости и противостояния официальной культуре [10, с. 82].

Юридические термины, основанные на метафоризации, выполняют в коммуникации разнообразные прагматические функции. Во-первых, метафоризация выполняет функцию когнитивного упрощения, делая сложные правовые концепты доступными для непрофессионального сознания. Абстрактные юридические понятия, выраженные через конкретные пространственные, физические или предметные образы, легче усваиваются и запоминаются. Например, метафора *правовое поле* создаёт наглядный образ ограниченного пространства, в котором дей-

ствуют определённые правила, что гораздо понятнее абстрактного понятия «совокупность действующих правовых норм».

Во-вторых, метафоризация служит средством эвфемизации, позволяя смягчить негативную коннотацию правонарушений и юридической ответственности. Высказывание *он сел* (вместо «был осуждён к лишению свободы») звучит менее драматично и социально стигматизирующе, чем прямое указание на факт осуждения. Эвфемистическая функция особенно важна в обыденном дискурсе, где метафоризация позволяет обсуждать правовые проблемы без прямого называния социально неодобряемых действий.

В-третьих, метафоризация выполняет функцию выражения оценки и социальной критики. Термин *беспредел* (первоначально обозначавший произвол в криминальной среде) в современной речи используется для характеристики любых действий, воспринимаемых как несправедливые, будь то решения администрации, действия властей или поведение отдельных лиц. Переосмысление юридических терминов позволяет выразить критическое отношение к правовой системе и её представителям, не прибегая к прямым обвинениям.

В-четвёртых, метафоризация служит инструментом конструирования идентичности и самопрезентации. Использование юридического сленга маркирует принадлежность к определённой социальной группе, демонстрирует осведомлённость и жизненный опыт, может повышать статус говорящего в неформальной коммуникации, создавая образ человека, знакомого с правовыми реалиями.

В-пятых, метафоризация выполняет людическую функцию, превращая коммуникацию в языковую игру. Носители языка экспериментируют с юридической терминологией, создавая неожиданные смысловые комбинации и добиваясь комического эффекта. Хужакулов С.А. подчёркивает, что языковая игра с юридической терминологией отражает не только креативность неформального дискурса, но и определённое критическое отношение к правовой системе [11, с. 170].

В-шестых, метафоризация способствует социализации правового знания. Метафорически переосмысленные термины циркулируют в обыденном общении, постепенно формируя у носителей языка определённые представления о правовой системе, её функционировании и взаимодействии с ней. Наивная правовая картина мира, отражённая в юридической терминологии, подвергшейся метафоризации, представляет собой важный компонент правосознания общества, влияющий на правовое поведение граждан.

Анализ механизмов метафоризации показывает, что процесс переноса значения юридического термина в непрофессиональный дискурс включает несколько последовательных этапов. На первом этапе происходит десемантизация – частичная утрата термином исходного юридического значения. Носитель языка узнаёт термин из внеконтекстного источника (например, услышав в фильме фразу «дело возбудили») и усваивает его поверхностное значение, не понимая юридической специфики. Термин воспринимается как общеупотребительное слово с приблизительным, интуитивно понятным значением.

На втором этапе осуществляется ресемантизация – наделение термина новым значением на основе ассоциативных связей и аналогий. Термин «дело» начинает ассоциироваться не только с юридической процедурой, но и с любой проблемной ситуацией. Ресемантизация основывается на метафорическом переносе: структура юридической ситуации проецируется на структуру житейской проблемы, что создаёт новое метафорическое значение.

На третьем этапе происходит прагматизация – закрепление за термином определённых коммуникативных функций в непрофессиональном дискурсе. Юридический термин, основанный на метафоризации, начинает регулярно использоваться для выражения определённых прагматических смыслов: оценки, иронии, критики, самопрезентации. Устойчивость метафорического употребления обеспечивается несколькими факторами: частотностью воспроизведения в типичных коммуникативных ситуациях, формированием устойчивой ассоциативной связи между термином и конкретным речевым актом (оценка, ирония, угроза), а также включением термина в метафорическом значении в устойчивые дискурсивные практики – интернет-мемы, устойчивые формулы неформального общения, медийные клише. Так, термин *дело* в значении «проблема, неприятная ситуация» закрепился в функции иронической оценки благодаря многократному воспроизведению в медийных и интернет-контекстах, где устойчивое сочетание *завести дело* (на кого-либо) употребляется применительно к любым бытовым претензиям.

На четвёртом этапе может происходить конвенционализация – превращение окказионального метафорического употребления в узуальное, закреплённое в языковой системе. Метафора стирается, теряет образность и становится привычным способом обозначения определённого фрагмента действительности. Например, выражение *дело закрыто* в значении «вопрос решён, обсуждение окончено» уже не воспринимается носителями языка как метафора, хотя изначально основывалось на метафоре контейнера, проецирующей процессуальные действия с юридическим делом (открытие, ведение, закрытие) на любую ситуацию, требующую разрешения.

Нами предлагается следующая модель когнитивно-прагматической трансформации юридического термина: юридический термин (источник) → медийный / интернет-контекст (канал трансляции) → десемантизация (утрата специализированного значения) → концептуальная метафора (когнитивный механизм переноса) → ресемантизация (наделение новым значением) → прагматизация (закрепление коммуникативных функций) → конвенционализация (узуализация) → детерминологизированная лексическая единица (результат). Поэтапный характер данной трансформации, прослеживаемый на материале различных юридических терминов *(дело*, *статья*, *беспредел*, *правовое поле*), свидетельствует о системности и предсказуемости процесса: каждый из указанных терминов проходит одни и те же стадии семантического сдвига, что исключает трактовку метафоризации как хаотичного искажения значений и позволяет квалифицировать её как закономерную когнитивную операцию адаптации специализированной лексики к потребностям непрофессиональной коммуникации.

Отдельного рассмотрения заслуживает то, что можно назвать обратным направлением метафорического переноса. Термин, уже прошедший стадию переосмысления в повседневной речи, иногда возвращается в язык профессионального юридического сообщества, неся на себе следы новых коннотаций. Показательна судьба слова «беспредел»: изначально оно функционировало исключительно в криминальном арго, затем было подхвачено обыденным дискурсом для обозначения любого произвола, а впоследствии вошло в тексты правоведов, которые стали применять его при описании ситуаций правового нигилизма и институционального произвола. Сам факт подобного «круговорота» лексики между специальным и общеупотребительным регистрами указывает на высокую проницаемость границ терминологических систем и на то, что социокультурные условия бытования сло-

ва способны существенно корректировать его семантику даже при повторном вхождении в профессиональный оборот.

Описанные процессы вписываются в более масштабную тенденцию: правовая сфера утрачивает герметичность, свойственную ей в предшествующие эпохи. Если ранее юридическое знание оставалось достоянием узкого круга специалистов, то сегодня оно превращается в предмет широкого общественного обсуждения, свободной интерпретации и публичной критики. Носители языка, не обладая систематическими юридическими знаниями, тем не менее активно участвуют в правовом дискурсе, используя доступные им средства – метафоры, ассоциации, житейский опыт. Наивная правовая картина мира, отражённая в юридической терминологии, основанная на метафоризации, представляет собой важный объект когнитивно-прагматического исследования, поскольку выявляет устойчивые модели концептуализации правовой действительности и когнитивные стереотипы, лежащие в основе наивного правосознания.

Проведённое исследование позволяет сформулировать следующие выводы. Метафоризация юридической терминологии представляет собой закономерный когнитивный процесс адаптации специализированной лексики к потребностям непрофессиональной коммуникации, что подтверждается воспроизводимостью выявленных моделей на материале различных юридических терминов, поэтапным характером семантической трансформации и типологической универсальностью данного явления. Основными концептуальными моделями метафоризации выступают: «право – это пространство», «право – это сила / война», «правонарушение – это товар», «правовая норма – это физическое препятствие», «судебное разбирательство – это спектакль / игра», «юридические процедуры – это движение». Когнитивными механизмами метафоризации являются концептуальная интеграция, категоризация, профилирование и перспективизация. Прагматические функции юридических терминов, основанных на метафоризации, включают когнитивное упрощение, эвфемизацию, выражение оценки, конструирование идентичности, языковую игру и социализацию правового знания. Источниками метафоризации являются медийный, интернет- и субкультурный дискурсы. Предложенная нами модель когнитивно-прагматической трансформации термина включает этапы десемантизации, ресемантизации, прагматизации и конвенционализации. Метафоризация юридической терминологии отражает процессы демократизации правовой культуры и формирования наивной правовой картины мира.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Литвишко, О.М. Современный юридический дискурс: онтология, вербализация, концептуализация. Монография / О.М. Литвишко. – Москва: Проспект, 2025. – 200 с.

2. Самотейкина, Н.В. Эквивалентность и адекватность перевода юридических текстов / Н.В. Самотейкина // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2022. – № 5-2. – С. 135–138.

3. Буянова, Л.Ю. Терминологическая деривация в языке науки: когнитивность, семиотичность, функциональность. Монография / Л.Ю. Буянова. – Москва: Флинта, 2024. – 256 с.

4. Зубкова, О.С. К вопросу о механизмах грамматической реализации эвфемистического значения / О.С. Зубкова, С.А. Логвина // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2025. – Т. 16. – № 3. – С. 859–873.

5. Лозовская, А.С. Проблемы перевода текстов юридической документации / А.С. Лозовская // Вестник Полоцкого государственного университета. – 2025. – № 1. – С. 290–297.

6. Абдуллаева, С. Д. Особенности перевода юридических текстов с английского языка на русский язык / С. Д. Абдуллаева // Педагогический журнал. – 2025. – № 4. – С. 86-92

7. Зубкова, О.С. Особенности формирования структуры фрейма в терминологической системе: экспериментальное исследование на материале русского и французского языков / О.С. Зубкова, А.С. Антипова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2025. – Вып. 18. – №. 9. – С. 4201-4207.

8. Цыремпилова, И.В. Понятие правовой системы США, её отличия от английской / И.В. Цыремпилова // Молодой учёный. – 2024. – № 22 (521). – С. 454–457.

9. Тихомирова, Л.В. Юридическая энциклопедия / Л.В. Тихомирова, М.Ю. Тихомиров. – Москва : Издание Тихомирова М.Ю., 2014. – 972 с.

10. Воеводина, А.В. Особенности юридической терминологии в английском языке права / А.В. Воеводина // Российский лингвистический бюллетень. – 2024. – № 4 (52). – С. 78–85.

11. Хужакулов, С.А. Концептуальный и культурологический анализ юридической терминологии в контрастивномлингвокультурном подходе (на материалах английского и русского языков) / С.А. Хужакулов // Вестник Донецкого университета. Серия 05. Филологияипсихология. – 2026. – № 1. – С. 164–175.

12. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живём / Дж. Лакофф, М. Джонсон ; пер. с англ. ; под ред. и с предисл. А.Н. Баранова. – Москва : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.

13. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. – URL: https://ruscorpora.ru (дата обращения: 02.05.2026).

14. Чудинов, А.П. Очерки по современной политической метафорологии: монография / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2013. – 176 с.

15. Баранов, В.М. Метафоры в праве: методологическая опасность и перспективы / В.М. Баранов, Н.А. Власенко // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. – 2019. – № 1 (45). – С. 11–22.

METAPHORIZATION OF LEGAL TERMS: COGNITIVE-PRAGMATIC ASPECT

E.N. Petrakova

Kursk State University

Russia, alyonapetrackova@yandex.ru

The article is devoted to the analysis of cognitive and pragmatic mechanisms of legal terminology metaphorization in modern discourse. The study reveals the typology of conceptual metaphors of legal terms, determines the cognitive operations of the transfer of meaning, and describes the pragmatic functions of legal terms that have been metaphorized in non-professional discourse. Based on the analysis of media, Internet, and subcultural discourse, the author proposes a model of cognitive and pragmatic transformation of a legal term when it moves from the professional sphere to everyday speech.

Keywords: legal terminology; metaphorization; cognitive linguistics; conceptual metaphor; determinologization; pragmatic functions; non-professional discourse.

УДК 811.161.1:070:93

НЕОЛОГИЗАЦИЯ И ЗАИМСТВОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ

О.В. Подолина

Донецкий государственный медицинский университет имени М. Горького Министерства здравоохранения Российской Федерации

Российская Федерация, eskalive25@gmail.com

Статья посвящена анализу процессов неологизации и заимствования в современном русском языке цифровой среды. Рассматриваются основные источники появления новых

слов и выражений, особенности их семантической адаптации, структурного освоения и функционального употребления в интернет-коммуникации, социальных сетях, мессенджерах и медиаформатах. Особое внимание уделяется влиянию англоязычных заимствований, а также механизмам образования русских неологизмов на основе словообразовательных моделей, активизирующихся под воздействием цифровой коммуникации. Показано, что современный русский язык демонстрирует высокую степень динамичности, гибкости и адаптивности, а процессы неологизации становятся важнейшим индикатором изменений в языковой системе и речевой практике. Делается вывод о том, что цифровая среда не только ускоряет обновление лексикона, но и формирует новые нормы языкового поведения.

Ключевые слова: неологизмы, заимствования, современный русский язык, цифровая среда, интернет-коммуникация, англицизмы, словообразование, языковая динамика.

Введение. Современный русский язык развивается в условиях стремительной цифровизации, когда коммуникация все чаще осуществляется в сетевом пространстве, а языковая практика формируется под воздействием социальных сетей, платформ обмена сообщениями, видеохостингов, онлайн-СМИ и различных цифровых сервисов. Именно в этой среде особенно заметны процессы активного обновления лексики, проявляющиеся в создании новых слов и в массовом заимствовании иноязычных единиц. Эти изменения затрагивают не только словарный состав, но и способы словообразования, семантическую структуру слов, стилистические нормы и коммуникативные привычки носителей языка [1, с. 123].

Актуальность темы обусловлена тем, что цифровая эпоха существенно ускорила темпы языковой эволюции. Если ранее появление новых слов было связано преимущественно с развитием науки, техники, общественно-политической жизни и культуры, то сегодня значительная часть новообразований возникает в сфере повседневного онлайн-общения. Более того, сами цифровые платформы становятся пространством, где слово может быстро распространиться, закрепиться в массовом употреблении или, напротив, исчезнуть, не успев выйти за пределы узкой группы пользователей [2, с. 69].

Цель статьи состоит в том, чтобы рассмотреть основные тенденции неологизации и заимствования в современном русском языке цифровой среды, определить механизмы их формирования и выявить особенности функционирования новых языковых единиц. В качестве материала для наблюдений используются слова и выражения, активно употребляющиеся в интернет-коммуникации, а также языковые новации, связанные с технологической и медиакультурной сферой [3, с. 31].

Неологизация как отражение языковой динамики. Неологизация представляет собой процесс появления в языке новых слов, новых значений уже существующих слов или новых устойчивых сочетаний. В современном русском языке она имеет особенно интенсивный характер, что объясняется расширением сфер коммуникации и постоянным появлением новых реалий, требующих номинации. Цифровая среда в этом отношении выступает как наиболее продуктивная зона языкового обновления [4, с. 54].

Неологизмы могут возникать разными путями. Во-первых, это собственно словотворчество, когда создается новое слово на основе имеющихся в языке морфем и словообразовательных моделей. Во-вторых, это семантическая неологизация, при которой старое слово получает новое значение. В-третьих, это заимствование, то есть освоение языком иноязычной лексики. В цифровую эпоху все три механизма действуют одновременно, а их границы нередко размываются [1, с. 124].

Особенно продуктивным становится образование слов с помощью русских словообразовательных средств по образцу англоязычных цифровых реалий. Например, в языке активно распространяются слова типа *залипнуть*, *репостить*, *запостить*, *подписчик*, *лайкнуть*, *отфильтровать*, *обнулить*, *забанить*, *зафрендить*, *отменить*. Часть этих единиц строится на основе адаптации иноязычного корня, часть – на базе русского приставочно-суффиксального словообразования. Это свидетельствует о том, что язык не просто пассивно воспринимает внешние влияния, а активно перерабатывает их в соответствии со своими внутренними законами [2, с. 70].

Неологизация в цифровой среде тесно связана с принципом экономии языковых средств. Онлайн-коммуникация ориентирована на скорость, краткость, эмоциональность и ситуативность. Поэтому новые слова часто отличаются компактностью, выразительностью и высокой коммуникативной емкостью. Они позволяют быстро обозначить сложное явление, действие или оценку без развернутого описания [3, с. 32].

Заимствования как источник обновления лексики. Одной из наиболее заметных тенденций современного русского языка является интенсивное заимствование лексики, прежде всего из английского языка. Это связано с тем, что английский выступает основным языком глобальных технологий, цифровых платформ, интернет-маркетинга, игровой индустрии и международной сетевой культуры. В результате в русский язык проникают слова, обозначающие новые понятия и явления: *лайк*, *хештег*, *чат*, *скриншот*, *фейк*, *тренд*, *контент*, *пост*, *репост*, *рейтинг*, *таргет*, *бренд*, *инфлюенсер*, *стрим*, *подкаст* [4, с. 55].

Эти заимствования можно разделить на несколько групп. Первая группа – это номинации новых предметов и явлений, для которых в русском языке ранее не существовало точных эквивалентов. Вторая группа – слова, вытесняющие или сужающие употребление уже имеющихся русских аналогов. Третья группа – заимствования, которые используются не столько из-за отсутствия русского слова, сколько по причине их престижности, модности или принадлежности к определенному профессиональному или молодежному стилю [1, с. 125].

Важной особенностью заимствований в цифровой среде является их быстрое освоение. Иноязычные слова нередко подвергаются фонетической, графической и грамматической адаптации. Они получают русские формы словоизменения, образуют производные слова, включаются в привычные синтаксические конструкции. Так, от слова *пост* возникают *постить*, *постик*, *репостнуть*; от *лайк* — *лайкнуть*, *лайковый*; от *бан* — *забанить*, *забаненный*; от *чат* — *чатиться*, *чатик*. Это показывает, что заимствованная лексика не остается чужеродным элементом, а становится частью живой системы языка [2, с. 71].

Однако заимствование не всегда является исключительно следствием языковой необходимости. Нередко оно обусловлено социальной и культурной престижностью. Использование англицизмов может маркировать принадлежность к цифровому сообществу, профессиональной группе или молодежной субкультуре. В таком случае слово выполняет не только номинативную, но и идентификационную функцию [3, с. 33].

Семантическое расширение и переосмысление слов. Помимо прямых заимствований, цифровая эпоха активно стимулирует семантическую неологизацию, то есть изменение значений уже существующих слов. Этот процесс особенно важен для современного русского языка, поскольку позволяет обновлять лексику без обязательного привлечения внешних источников [4, с. 56].

Характерным примером является слово *кринж*, которое пришло из английского *cringe*, но в русском интернет-употреблении приобрело более широкое значение неловкости, стыда за чужие действия, ощущения неуместности. Сходным образом слова *токсичный*, *триггер*, *хайп*, *фейк*, *лук*, *дедлайн* в цифровой среде расширяют или смещают свое исходное значение [1, с. 126].

Нередко старые русские слова получают новые смыслы под влиянием онлайн-коммуникации. Так, *запрос* может обозначать не только официальное обращение, но и поисковый ввод в интернете; *стена* — страницу в социальной сети; *история* — временную публикацию в приложении; *лента* — поток контента; *друг* — не только реального знакомого, но и виртуального контакта. Эти изменения демонстрируют, как язык реагирует на новые формы взаимодействия с реальностью [2, с. 72].

Семантические сдвиги происходят в условиях постоянного контакта языка с новыми цифровыми практиками. Пользователь сталкивается не просто с новыми предметами, но и с новыми способами восприятия информации, самоидентификации, оценки и общения. Поэтому слово приобретает дополнительные коннотации, а иногда и полностью меняет свою сферу употребления [4, с. 57].

Словообразовательная активность в цифровом пространстве. Цифровая среда стимулирует активизацию определенных словообразовательных моделей. Особенно продуктивными оказываются модели, связанные с приставочным глаголообразованием, суффиксацией, усечением, аббревиацией и словосложением. При этом важную роль играет игровое начало, характерное для интернет-речи [1, с. 127].

Например, широко используются глаголы с приставками *за-*, *пере-*, *от-*, *об-*, которые придают новым словам значение завершенности, повторности или направленности действия: *загуглить*, *залайкать*, *переслать*, *откомментировать*, *обновить*, *запостить*. Такие формы легко усваиваются носителями языка, поскольку соответствуют привычным русским словообразовательным моделям [2, с. 73].

Суффиксация также играет значительную роль. От основ заимствованных слов образуются разговорные и экспрессивные формы: *кружочек*, *стримчик*, *чатик*, *постик*, *лайкать*, *фейковый*. Подобные образования свидетельствуют о том, что современный язык стремится не просто назвать новую реальность, но и эмоционально ее оценить. Уменьшительно-ласкательные и разговорные суффиксы создают эффект приближенности, неформальности и вовлеченности [1, с. 128].

Аббревиация и усечение, напротив, отвечают за экономию речевых усилий. В цифровой среде широко распространены сокращения и акронимы, как заимствованные, так и созданные на русской почве. Они позволяют быстро передавать информацию и соответствуют ритму сетевой коммуникации. Укороченные формы легко запоминаются, активно используются в переписке, комментариях и заголовках [2, с. 74].

Отдельного внимания заслуживает языковая игра как способ неологизации. В цифровом пространстве новые слова часто возникают в результате переосмысления, шутки, пародии или намеренного искажения формы. Подобные единицы живут в условиях высокой вариативности и не всегда сразу входят в нормативный слой языка, однако именно они нередко становятся источником будущих общеупотребительных слов [1, с. 123].

Функции неологизмов и заимствований. Неологизмы и заимствования в современном русском языке выполняют несколько важных функций. Прежде всего,

они номинативны: позволяют обозначить новые явления, связанные с цифровыми технологиями, коммуникационными практиками и культурными формами. Без таких слов невозможно полноценное описание современной реальности [2, с. 69].

Кроме того, они обладают экспрессивной функцией. Новые слова часто несут в себе оценку, иронию, эмоциональную окраску или стилистическую маркированность. Например, слова *хайп*, *кринж*, *фейк*, *токсичный* способны не только назвать явление, но и передать отношение говорящего к нему [3, с. 31].

Не менее важна идентификационная функция. Использование определенных слов сигнализирует о принадлежности человека к цифровой культуре, определенной возрастной группе или профессиональному сообществу. Языковая практика здесь становится способом социального самоопределения [4, с. 54].

Наконец, неологизмы выполняют адаптивную функцию, помогая языку приспосабливаться к новым условиям существования. Русский язык не просто принимает новые слова, но перерабатывает их, делая частью собственной системы. Именно это обеспечивает его устойчивость и развитие [1, с. 125].

Проблемы нормы и перспективы развития. Быстрое распространение неологизмов и заимствований неизбежно ставит вопрос о языковой норме. С одной стороны, избыточное проникновение иноязычной лексики вызывает обеспокоенность, поскольку может создавать ощущение засоренности речи и усложнять межпоколенческое понимание. С другой стороны, чрезмерное ограничение языковых новаций противоречило бы самой природе живого языка [2, с. 71].

Нормативный статус многих цифровых неологизмов остается неопределенным. Одни слова быстро закрепляются в литературной норме и фиксируются словарями, другие сохраняют разговорный, жаргонный или профессиональный характер. Некоторые единицы существуют кратковременно, отражая лишь сиюминутные речевые моды. Это делает современный языковой процесс особенно подвижным и неоднородным [3, с. 33].

В перспективе можно ожидать дальнейшего усиления влияния цифровой среды на русский язык. Вероятно, будут продолжать активно развиваться гибридные формы, сочетающие русские и иноязычные элементы, а также новые модели сокращения, графической игры и смысловой компрессии. Особую роль при этом будут играть социальные сети и мобильные коммуникационные платформы, где языковая инновация распространяется особенно быстро [4, с. 55].

Заключение. Процессы неологизации и заимствования в современном русском языке цифровой среды являются закономерным следствием технологических, социальных и культурных изменений. Цифровая коммуникация создает благоприятные условия для появления новых слов, их быстрого распространения и закрепления в речевой практике. Важнейшими источниками обновления лексики выступают англоязычные заимствования, семантические сдвиги, словообразовательная активность и языковая игра.

Анализ показывает, что современный русский язык не утрачивает своей системности, несмотря на интенсивный приток новых элементов. Напротив, он демонстрирует высокую способность к адаптации и интеграции внешних влияний. Заимствования и неологизмы не разрушают языковую систему, а расширяют ее выразительные и номинативные возможности. Цифровая среда становится пространством, где язык не только обслуживает коммуникацию, но и активно формируется в процессе самой коммуникации.

Таким образом, неологизация и заимствования следует рассматривать не как случайные или второстепенные явления, а как один из центральных механизмов

развития современного русского языка. Их изучение позволяет глубже понять не только лингвистические, но и культурные, социальные и когнитивные аспекты языковой эволюции.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дмитриева, Ю. Л. Основные подходы к изучению текста в практике его анализа / Ю. Л. Дмитриева // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2023. – № 27-2. – С. 123-128.
2. Карпий, С. В. Отождествление и противопоставление понятий "трансляция" и "репортаж" в тележурналистике / С. В. Карпий // Верхневолжский филологический вестник. – 2019. – № 3(18). – С. 69-74.
3. Карпий, С. В. Вещание как сфера функционирования медиалингвистики / С. В. Карпий, Г. А. Игнатенко // Мировые исследования в области естественных и технических наук : Материалы VI Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 30 апреля 2023 года. – Ставрополь: Общество с ограниченной ответственностью «Ставропольское издательство «Параграф», 2023. – С. 31-33.
4. Развитие высшего образования сегодня / Г. А. Игнатенко, А. В. Борота, А. П. Кухто, Н. К. Базиян-Кухто // Торсуевские чтения: научно-практический журнал по дерматологии, венерологии и косметологии. – 2022. – № 1(35). – С. 54-57.

NEOLOGIZATION AND BORROWINGS IN MODERN RUSSIAN OF THE DIGITAL AGE

O.V. Podolina

Donetsk State Medical University named after M. Gorky
Ministry of Health of the Russian Federation
Russian Federation, eskalive25@gmail.com

The article is devoted to the analysis of the processes of neologization and borrowing in the modern Russian language of the digital environment. The main sources of the appearance of new words and expressions, the features of their semantic adaptation, structural development and functional use in Internet communication, social networks, messengers and media formats are considered. Special attention is paid to the influence of English-language borrowings, as well as the mechanisms of formation of Russian neologisms based on word-formation models activated by digital communication. It is shown that modern Russian demonstrates a high degree of dynamism, flexibility and adaptability, and the processes of neologization are becoming the most important indicator of changes in the language system and speech practice. It is concluded that the digital environment not only accelerates the updating of the lexicon, but also forms new norms of linguistic behavior.

Keywords: neologisms, borrowings, modern Russian, digital environment, Internet communication, Anglicisms, word formation, language dynamics.

УДК 791+372.881.111.1

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА УСВОЕНИЕ СЛОВАРНОГО ЗАПАСА: НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Равшанова Севинч Даврон кызи

Самаркандский государственный институт иностранных языков
Узбекистан, sevinch.davronzoda@cloud.com

В XXI веке цифровые технологии коренным образом трансформировали языковое образование, особенно в области усвоения лексики. В данной работе рассматривается влия-

ние цифровых инструментов на изучение английского словарного запаса с акцентом на их эффективность, преимущества и ограничения. Опираясь на современные исследования и теоретические подходы, автор утверждает, что цифровые технологии значительно улучшают усвоение лексики, повышая вовлечённость обучающихся, обеспечивая контекстуализированный ввод и поддерживая автономное обучение. Вместе с тем подчёркивается необходимость сбалансированной интеграции технологий в педагогическую практику.

Ключевые слова: цифровые технологии, усвоение словарного запаса, изучение английского языка, компьютерное обучение языкам (CALL), мобильное обучение языкам (MALL), автономия учащегося, мультимедийное обучение.

Vocabulary acquisition is widely recognized as one of the most essential aspects of language learning. Without sufficient vocabulary knowledge, learners struggle to understand texts, express ideas, and communicate effectively. Traditionally, vocabulary learning relied heavily on rote memorization, repetition, and teacher-centered instruction. However, these methods often resulted in limited retention and low learner motivation. With the rapid development of digital technologies, the process of learning vocabulary has undergone significant changes. Technologies such as smartphones, language learning applications, online platforms, and artificial intelligence have introduced new ways of acquiring vocabulary. These tools provide learners with access to authentic materials, interactive exercises, and personalized learning environments. This paper aims to explore how digital technologies influence English vocabulary acquisition and to analyze both their benefits and challenges. Vocabulary acquisition can be explained through several theoretical perspectives. One of the most relevant theories is Dual Coding Theory, proposed by Allan Paivio, which suggests that information is better retained when presented through both verbal and visual forms. Digital technologies effectively support this theory by combining text, images, audio, and video.

Another important framework is Constructivist Learning Theory, which emphasizes active learning and knowledge construction. Digital tools enable learners to engage with vocabulary in meaningful contexts rather than passively memorizing word lists. Additionally, Krashen's Input Hypothesis highlights the importance of comprehensible input in language acquisition. Digital platforms provide learners with rich and varied input, making it easier to encounter and learn new vocabulary in context. Numerous studies have investigated the role of digital technologies in vocabulary learning. Research indicates that technology-enhanced environments significantly improve vocabulary retention and learner motivation. For example, Gurbanali R.G [1], states that digital tools increase learners' exposure to vocabulary and promote deeper processing of lexical items.

Djurayeva G X.[2], emphasizes that digital technologies shift vocabulary learning from passive memorization to active usage, which improves communicative competence.

Types of Digital Technologies in Vocabulary Learning

1. Mobile-Assisted Language Learning (MALL)

Mobile applications such as Duolingo, Memrise, and Quizlet allow learners to practice vocabulary anytime and anywhere. These applications often include spaced repetition systems, which are proven to enhance long-term memory retention. MALL promotes flexibility and autonomy, enabling learners to control their learning pace and style.

2. Computer-Assisted Language Learning (CALL)

CALL includes software programs and online platforms that provide structured vocabulary exercises. These tools often incorporate quizzes, flashcards, and interactive tasks that reinforce learning.

CALL environments also provide immediate feedback, which helps learners identify and correct their mistakes.

3. Multimedia Tools

Multimedia resources such as videos, podcasts, and interactive images play a crucial role in vocabulary acquisition. They provide contextualized input, which helps learners understand how words are used in real-life situations. For example, watching English videos with subtitles allows learners to connect spoken and written forms of words.

4. Gamification

Gamification refers to the use of game elements in learning. Features such as points, levels, and rewards make vocabulary learning more engaging and motivating.

Studies show that gamified learning environments increase learner participation and improve vocabulary retention.

5. Artificial Intelligence and Adaptive Learning

AI-powered tools personalize vocabulary learning by adapting content to learners' needs. These systems analyze learners' performance and provide customized exercises. AI also enables features such as speech recognition and instant feedback, which enhance language learning efficiency.

Advantages of Digital Technologies

Digital technologies offer numerous benefits for vocabulary acquisition:

1.Increased motivation: Interactive tools make learning more enjoyable

2.Personalization: Learning materials can be adapted to individual needs

3.Immediate feedback: Learners can quickly correct mistakes

4.Access to authentic materials: Real-life language exposure improves understanding

5.Learner autonomy: Students take control of their learning process

Research confirms that learners using digital tools achieve better vocabulary outcomes compared to traditional methods.

Challenges and Limitations

Despite their advantages, digital technologies also present several challenges:

1.Distractions: Learners may lose focus due to non-educational content

2.Digital divide: Not all learners have equal access to technology

3.Over-reliance: Excessive dependence on technology may reduce critical thinking

4.Lack of guidance: Without proper instruction, learners may misuse digital tools

Therefore, it is important to integrate technology thoughtfully into the learning process. The findings suggest that digital technologies have a significant positive impact on vocabulary acquisition. However, their effectiveness depends on how they are used. Simply using technology is not enough; it must be integrated into a well-structured pedagogical framework. Teachers play a crucial role in guiding students and ensuring that digital tools are used effectively. A combination of traditional and digital methods is the most effective approach.

In conclusion, the integration of digital technologies into English vocabulary acquisition has brought about a profound transformation in the way learners engage with language. Unlike traditional methods that often rely on memorization and repetition, digital tools create interactive, dynamic, and learner-centered environments. These environments not only enhance vocabulary retention but also promote meaningful usage of words in real-life contexts. The most significant contributions of digital technologies is

their ability to provide rich, multimodal input. By combining visual, auditory, and textual elements, digital platforms support deeper cognitive processing and long-term memory retention. Furthermore, tools such as mobile applications, multimedia resources, and artificial intelligence systems enable learners to access personalized and adaptive learning experiences. This level of personalization ensures that vocabulary learning becomes more efficient, targeted, and aligned with individual learner needs. Another important aspect is the role of digital technologies in increasing learner motivation and autonomy. Gamified elements, instant feedback, and flexible learning opportunities encourage learners to take responsibility for their own progress. As a result, students become more independent and self-directed, which is essential for long-term language development. However, despite these advantages, it is crucial to recognize that digital technologies are not a complete substitute for traditional teaching methods. Challenges such as distraction, over-reliance on technology, and unequal access to digital resources may limit their effectiveness. Therefore, the role of educators remains essential in guiding learners, selecting appropriate tools, and creating a balanced learning environment.

From a pedagogical perspective, the most effective approach is a blended model that combines digital and traditional strategies. Such an approach allows educators to maximize the benefits of technology while minimizing its limitations. Teachers can use digital tools to supplement classroom instruction, provide additional practice, and create engaging learning experiences.

REFERENCES

1. Gurbanali, R. G. The Impact of Digital Tools on Vocabulary Acquisition in EFL.//https://ojs.publisher.agency/index.php/RR/article/view/7159/ 19.04.2026.

2. Djurayeva, G. X. Enhancing English Vocabulary Through Digital Technologies.//https://journalss.org 19.04.2026.

3. Khudoyorova, G. I. Technology-Enhanced Learning on English Vocabulary Acquisition.//https://www.researchgate.net 19.04.2026.

4. Yuldoshev,B. Using Technology to Improve Vocabulary Acquisition.//https:www.globalscholars.uz 19.04.2026.

5. Haque, A., et al. Teaching Vocabulary in a Digital Era.//https:www.researchgate.net 19.04.2026.

6. Ren, C., & Su, L. The Role of Digital Tools in Vocabulary Acquisition.//https://www.researchgate.net 19.04.2026.

THE IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON VOCABULARY ACQUISITION: THE CASE OF ENGLISH

Ravshanova Sevinch Davron kyzi
Samarkand State Institute of Foreign Languages
Republic of Uzbekistan

In the 21st century, digital technologies have fundamentally transformed language education, especially in the field of vocabulary acquisition. This paper examines the impact of digital tools on learning English vocabulary, focusing on their effectiveness, advantages, and limitations. Drawing on recent research and theoretical frameworks, the study argues that digital technologies significantly enhance vocabulary learning by increasing learner engagement, providing contextualized input, and supporting autonomous learning. However, the study also highlights the need for balanced integration of technology into pedagogical practices.

Keywords: digital technologies, vocabulary acquisition, English language learning, CALL, MALL, learner autonomy, multimedia learning.

УДК 81.1

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ РАЗНОГЛАСИЯ В ПОДХОДАХ К ИЗУЧЕНИЮ МЕТАКОММУНИКАЦИИ

Е.Н. Радион
Белорусский государственный университет иностранных языков
Минск, Республика Беларусь, elenaradion@yahoo.com

В данной статье рассматриваются терминологические разногласия в различных подходах к изучению метакоммуникации: когнитивном, структурном и функциональном. Предпринимается попытка конкретизировать различия между метакоммуникативной, фатической и эмотивной функциями речевых действий, чтобы сформулировать более однозначное определение метакоммуникации как лингвистического явления.

Ключевые слова: метакоммуникация; метаязык; метатекст; метакоммуникативная функция языка; фатическая коммуникация.

В процессе изучения отечественных и зарубежных лингвистических исследований, посвященных метакоммуникации, возникают спорные вопросы, связанные как с интерпретацией понятия «метакоммуникация», так и с классификацией языковых явлений, которые относятся к проявлениям метакоммуникации. В гуманитарном знании фигурируют различные термины с приставкой мета-, в частности, «метакоммуникация», «метаязык» и «метатекст», которые следует предварительно рассмотреть, чтобы прояснить проблему существующих терминологических разногласий.

Исследователи подчеркивают неоднозначность, наблюдаемую в терминологии, предлагая свои варианты систематизации уже существующих накопленных в лингвистике знаний [1]. На основании изученных исследований представляется возможным выделить три подхода, которые мы обозначили следующим образом: 1) когнитивный подход, в котором метаязык рассматривается как семиологическая система, где язык как первичная система выступает в качестве инструмента (формы) для передачи новых смыслов, обусловленных культурными, аксиологическими и ситуативными контекстами (Р. Барт, Г. Бейтсон, Б. Уорф); 2) структурный подход, рассматривающий метакоммуникацию как «семантический узор», структурно-содержательную организацию коммуникации или текста (А. Вержбицка, Ю.Д. Апресян); 3) функционально-коммуникативный подход, в котором метакоммуникация рассматривается как «разговор о разговоре», «общение по поводу общения», то есть объектом референции выступает сам коммуникативный код (Р.О. Якобсон, Д. Вундерлих, В.Д. Девкин). Далее обсудим более подробно каждый из подходов в отдельности, чтобы выяснить суть возникающих дефиниционных противоречий и прийти к более конкретному оперативному определению.

1.Когнитивный подход. Под когнитивным подходом мы подразумеваем исследования, в которых метауровень языка рассматривается как вторичная семиологическая система координат, где языковые средства выступают как инструмент культурно или ситуативно обусловленного кодирования транслируемых смыслов. В данном подходе зачастую используется понятие «метаязык», которое, будучи заимствованным из логики, закрепилось в гуманитарном знании благодаря Р. Барту. Однако «метаязык» Р. Барта не сводится к узкому пониманию языка как логического инструмента, служащего для описания языка как объекта. В работе «Мифологии» Р. Барт выстраивает глобальную семиологическую структуру, где

метаязык является надстройкой, вторичной знаковой системой, в которой собственно язык как система знаков с их значениями выступает как означающее («формой» в терминологии Р. Барта), а означаемым является так называемый «концепт», которому автор не дает конкретного определения, но скорее всего речь идет об аксиологических установках, идеологических и нравственных императивах. Совокупность языковой формы и концепта реализуется в «значении», то есть воспринимаемом нами смысле. Метаязык в понимании Р. Барта – это инструмент «мифологизации реальности», то есть новая знаковая система, использующая язык для создания аксиологических смысловых надстроек через «обессмысливание означающего». В частности, рассуждая о так называемой «правой мифологии» Р. Барт отмечает: «такие слова, как «буржуа», «капитализм», «пролетариат» постоянно страдают кровотечением, смысл постоянно вытекает из них, так что эти названия становятся совершенно бессмысленными» [2, с.106]. Далее Р. Барт определяет метаязык как риторику, представляющую собой «привилегированную технику, позволяющую правящим классам получить право собственности на речь. Поскольку язык является силой, были установлены избирательные правила доступа к этой силе, что делает его псевдонаукой, закрытой для «тех, кто не умеет говорить» и требующей дорогостоящего посвящения» [2, с.120]. Итак, метаязык с этой точки зрения – лингвокультурный (идеологический, аксиологический) языковой код, который существует как отдельная система координат, где сам язык выступает лишь как форма, значение которой определяется концептуальными представлениями о реальности.

Понимание метакоммуникации как своеобразного коммуникативного кода также предлагается в работе «Разум и природа: неизбежное единство» американским психологом Г. Бейтсоном, который популяризировал термин, заимствованный по его словам у Б. Уорфа: «Итак, мы начинаем с потенциальной дифференциации действия в контексте и действия или поведения, определяющего или выясняющего контекст. Последний тип коммуникации я давно уже называю метакоммуникацией, заимствовав этот термин у Б. Уорфа» [3, с.112]. Таким образом, метакоммуникацией Г. Бейтсон называет «действия и поведение, определяющее или выясняющее контекст», а сообщения, которые «относятся к кодированию сообщений», – метасообщениями.

В исследованиях Б. Уорфа также не предлагается четкого определения метакоммуникации или метаязыка, но под метауровнем Б. Уорф подразумевает уровень кодировки информации, который проявляется в культурных моделях, определяющих мировоззрение. При этом исследователи вынуждены использовать одну «систему координат» для описания другой при описании различных языков. Следовательно, для Б. Уорфа английский язык выступает в качестве метаязыка при изучении языка хопи, и возникают сомнения в том, можно ли с помощью английского языка в полной мере отразить реальность языка хопи, базирующегося на другой «системе паттернов» [4].

Таким образом, в широком когнитивно-философском смысле термины «метаязык» и «метакоммуникация» используются для обозначения так называемого «двойного кодирования», суть которого заключается в создании новой системы знаков, нового кода как уникальной системы координат для культурного, идеологического, аксиологического и ситуативного кодирования смыслов.

2.Структурный подход. В более узком структурно-лингвистическом понимании метаязык интерпретируется как система языковых средств, служащих для

описания структуры и семантики языка-объекта, то есть либо другого языка, либо самого себя.

В лингвистических исследованиях структурный подход к метауровню как компоненту организующей языковой структуры получил распространение в работах А. Вержбицкой, в частности, в статье «Метатекст в тексте». А. Вержбицка рассматривает понятие метатекста как «семантического узора», состоящего из элементов текста, сопровождающих основное сообщение, но не влияющих на основный смысл, но организующих восприятие основного сообщения [5, с.405]. По нашему мнению, концепция А. Вержбицкой перекликается с представлением Т. ван Дейка о макроструктуре и суперструктуре текста, где под макроструктурой текста поднимается семантическая сторона, тематическое содержание текста, а под суперструктурой – организация текстовой информации [6, с.185]. Таким образом, мы полагаем, что у А. Вержбицкой метатекст представляет собой структурно-тематическую организацию текста, которая способствует пониманию смысла и обладает синергетическим свойством, то есть порождаемые в результате смыслы представляют собой больше, чем просто совокупность значений слов, поэтому можно утверждать, что это явление более высокого текстового порядка.

Метауровень текста в трактовке А. Вержбицкой скорее можно отождествить со структурной и содержательной целостностью текста, которую современные исследователи определяют довольно широко, выходя за пределы собственно текста и рассматривая более «крупные формы проявления текстовой метакоммуникации» (в терминах Д.И. Остапенко), например, предисловия, послесловия, примечания, комментарии, сноски к тексту, критические статьи, обсуждения текста в интернет-ресурсах [7]. Мы полагаем, что довольно рискованно расширять границы структурного подхода до «текста о тексте», поскольку возникает исследовательская задача разграничения понятий «метатекст» и «интертекст». Интертекстуальность – это свойство текста, которое заключается в своеобразном диалоге между текстами, который ведется через цитаты, аллюзии, реминисценции и т.д., создавая при этом новые смыслы. Если под метатекстом понимать некий вторичный текст, который описывает, комментирует или поясняет первичный текст, то метатекст является примером интертекстуального диалога между текстами, поскольку в процессе комментария или критического описания актуализируются новые смыслы. С другой стороны, в философском понимании любой текст (а не только текст, принадлежащий к жанру рецензии или критического эссе) является вторичным, потому что так или иначе представляет собой трансформацию и переосмысление предыдущих текстов. В этом случае у понятия «метатекст» не остается дифференцирующих критериев, которые бы отличали его от просто текста. Например, такой фундаментальный философский труд, как «О грамматологии» Ж. Деррида, в очень большой степени является критикой логоцентризма и реакцией на рассуждения о языке и речи Ф. де Соссюра, а также критическим анализом некоторых рассуждений из «Исповеди» Жан-Жака Руссо [8]. Таким образом, определение «просто текста» становится весьма затруднительным. На данном этапе рассуждений мы предлагаем ограничить понимание метатекста структурно-содержательной целостностью текста.

Представим вышеупомянутые подходы схематически, дополнив схему, предложенную Р. Бартом, и добавив уровень структуры текста и метауровень, под которым подразумевается концептуальное кодирование (табл. 1).

Таблица 1 – Схема соотношения семиологических языковых систем (когнитивный и структурный подходы)

<table>
<tr><td rowspan="2">Уровень слова</td><td>a)означающее</td><td>b)означаемое</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="3">c)значение</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Уровень текста: метатекст (структурный подход)</td><td colspan="2">c) значение
1. Макроструктура (тематическое содержание по Т.ван.Дейку)</td><td>2.Суперструктура (организация текста по Т. ван Дейку)</td></tr>
<tr><td colspan="3">3.Содержательный смысл текста</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Метауровень «вторичной кодировки»: метаязык и метакоммуникация (когнитивный подход)</td><td colspan="3">3.Содержательный смысл текста
I.ФОРМА</td><td>II.КОНЦЕПТ</td></tr>
<tr><td colspan="4">III. НОВЫЙ КОД</td></tr>
</table>

В результате три термина (метаязык, метакоммуникация, метатекст) употребляются в различных научных контекстах, по-разному определяются, но подчеркивают сложную синергетическую природу любого языкового явления, когда сказанное в совокупности содержит нечто большее, чем просто означающее и означаемое.

Функционально-коммуникативный подход. Третий подход к метауровню языка, который мы обозначили как функционально-коммуникативный, заключается в отождествлении метакоммуникации с фатической коммуникацией, выполняющей функцию установления и поддержания коммуникативного контакта (М.Ю. Олешков, Г.Г. Почепцов, А.Н. Синицина). Исследователи зачастую ссылаются на работы Р.О. Якобсона, который, как принято полагать, обратил внимание на необходимость общего коммуникативного кода как обязательного компонента коммуникации и на соответствующую ему метаязыковую (термин Р.О. Якобсона) функцию языка.

Действительно, при трактовке метакоммуникации как использования языка с контактоустанавливающей целью исследователи поясняют, что именно Р.О. Якобсон в числе необходимых компонентов коммуникации наряду с адресатом, адресантом, сообщением, общим знанием коммуникативного кода и ситуативным контекстом выделяет еще и физический канал связи – контакт, существование которого необходимо для обеспечения эффективной коммуникации. Однако, если внимательно рассмотреть систему коммуникации Р.О. Якобсона, подробно описанную в работе «Лингвистика и поэтика», мы обнаружим, что в зависимости от того, какой компонент коммуникации находится в центре внимания, Р.О. Якобсон рассматривает следующие функции языка: адресат соотносится с эмотивной функцией языка (отношение адресата к своему сообщению), адресант соотносится с конативной функцией (эффект, который сообщение оказывает на адресанта), контекст соотносится с референциальной функцией (каким образом контекст влияет на смысл сообщения), контакт соотносится с фатической функцией (поддержание контакта выступает как коммуникативная цель), само сообщение соотносится с поэтической функцией (в центре внимания сообщение само по себе), а метакоммуникативная (метаязыковая) функция соотносится с компо-

нентом коммуникативного кода, когда предметом обсуждения является собственно код, то есть насколько коммуниканты понимают друг друга [9]. Таким образом, именно Р.О. Якобсон изначально разделил фатическую и метакоммуникативную функции языка, ведь в его системе эти функции соотносятся с разными компонентами коммуникации – контактом и коммуникативным кодом соответственно. Более того, концепция Р.О. Якобсона вполне созвучна с представлениями Б. Уорфа, Р. Барта и Г. Бейтсона о метаязыке как коде, который в процессе коммуникации должен быть понятен всем участникам коммуникативной ситуации, чтобы общение было успешным.

Метакоммуникативная и фатическая функции различаются не только по своей коммуникативной цели, определяемой ведущим компонентом коммуникации, но по тематическому содержанию. Как отмечает Т.Г. Винокур, «частные цели в фатическом речевом поведении всегда подчинены основной интенции контакта, следовательно, информативная задача высказывания, с точки зрения участников общения, вторична» [10, с.109]. Именно поэтому тематический фактор для фатического общения является вторичным: коммуникантам не свойственно «держать тему» или адекватно реагировать на реплики друг друга, однако разговор ради разговора будет продолжаться с целью поддержания межличностных отношений. Следовательно, по мнению Т.Г. Винокур, фатическое общение предполагает, что коммуникативный код изначально распознается коммуникантами, поэтому характеризуется ритуализированностью и автоматизмом: «Фатическое речевое поведение должно включать понимание самого коммуникативного намерения. Речь идет о понимании не столько смысла высказывания, сколько понимании человека через соотнесение смысла и ситуации на основе так называемых автоматизмов, определяющих варианты человеческого поведения» [10, с. 157].

Следовательно, когда исследователи говорят о фатической метакоммуникации, скорее всего, имеются в виду примеры речевых действий, которые выполняют одновременно и фатическую, и метакоммуникативную (по Р.О. Якобсону – метаязыковую) функции. Например, установление контакта может быть обусловлено метакоммуникативной интенцией – намерением скорректировать речевое поведение собеседника или прояснить смысл сказанного.

Представим результаты наших рассуждений о различиях метакоммуникативной и фатической функций в виде таблицы (табл. 2).

Еще одна функция, которая рассматривается в исследованиях метакоммуникации, – это функция оценочности. Например, Е.Л. Макарова определяет метакоммуникацию как модус высказывания, как сообщение сопутствующей информации, которое передается параллельно с передачей основного сообщения. Е.Л. Макарова отмечает, что «...термин «метакоммуникация» принят для обозначения высказываний, соотносимых не с содержательным уровнем текущего процесса речевого общения, а с уровнем передачи субъективных отношений и оценок коммуникантов к передаваемой информации, способу ее изложения и особенностям процесса ее восприятия...» [11]. Такой подход представляется довольно спорным, потому что, возвращаясь к схеме коммуникации Р.О. Якобсона, для субъективной оценочности предусмотрена отдельная функция – эмотивная, и случаи пересечения функций, когда одно и то же высказывание может одновременно выполнять несколько функций, не означают, что эти функции можно отождествить. Итак, ознакомившись с различными направлениями и подходами к изучению метакоммуникации как лингвистического феномена, мы приходим к выводу о том, что с тех пор как термин вошел в научный обиход и закрепился в

лингвистическом информационном поле, исследователи постоянно раздвигали границы его применения, добавляя новые функции и новые интерпретации понятия.

Таблица 2. – Различия между метакоммуникативной и фатической функциями языка

Дифференциальные параметры	Метакоммуникативная функция	Фатическая функция
Коммуникативная цель	Обеспечение понимания коммуникативного кода обоими коммуникантами	Поддержание контакта, возможно только при условии понимания коммуникативного кода обоими коммуникантами
Тематическое содержание	*Разговор о разговоре*, предметом обсуждения является сам коммуникативный код, присутствует эготематическая референция	*Общение ради общения*, (но не об общении) тема вторична и зачастую ситуативна (погода, рецепты блюд, семейная рутина и т.д.)
Типичная языковая реализация	Корректирующие метакоммуникативные действия	Речевой этикет, фатические коммуникативные действия

Возникает ощущение, что приставку мета- мы фактически добавляем ко всему, что нам кажется в тексте или в разговоре лишним и не имеющим отношения к информативности, и под определение метакоммуникации уже начинают попадать интертекст, фатика, модальность и многое другое, и в результате мы получаем возможность говорить о жанрах, таких как рецензия или критическое эссе, как примерах метакоммуникации. Следуя данной логике, бытовой дискурс целиком попадает под определение метакоммуникации, поскольку наши ежедневные бытовые диалоги зачастую не несут никакой информационной составляющей. Перефразируя Ж. Деррида, можно ли на данном этапе изучения метакоммуникации сказать, что «нет ничего, кроме *мета*текста?» А если все подряд является мета-, то что же такое текст?

Суммируя вышесказанное, мы предлагаем более осмотрительное использование термина «метакоммуникация» и, вслед за Г. Бейтсоном, рассматриваем метакоммуникацию как более конкретное явление, под которым подразумевается контекстуально и ситуативно обусловленный вторичный языковой код, не имеющий отношения к структуре высказывания. Следовательно, метакоммуникативную функцию будут выполнять лишь речевые действия, которые направлены на прояснение контекста или собственно кода, поэтому нет необходимости параллельно рассматривать эмотивную или фатическую функции. Конкретизация и более узкие рамки в понимании такого сложного и неоднозначного понятия помогут избежать терминологических пересечений, которые наблюдаются в современных лингвистических исследованиях.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Метакоммуникативная организация диалогического дискурса / В.Р. Абрау-Фамлюк [и др.]; под общ. ред. Е.Г. Задворной. – Мн : МГЛУ, 2017. – 112 с.

2. Барт, Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика / Р. Барт. – М. : Прогресс, 1989. – 616 с.

3. Бейтсон, Г. Разум и природа: необходимое единство [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://modernproblems.org.ru/attachments/article/301/transl_v7_Bateson.pdf – Дата доступа : 30.04.2026.

4. Уорф, Б. Язык, сознание и реальность [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://www.intelros.ru/readroom/eps/e4-2016/31989-yazyk-soznanie-realnost-perevod-aaveretennikova.html – Дата доступа : 30.04.2026.

5. Вержбицка, А. Метатекст в тексте / А. Вержбицка // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : 1975. – Вып. 8 : Лингвистика текста. – С.402-425

6. Дейк, Т.ван. Стратегии понимания связного текста / Т. ван Дейк, В. Кич // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : 1988. – Вып. 23 : Когнитивные аспекты языка. – С.152-212.

7. Остапенко, Д. И. К трактовке понятия «метакоммуникация» [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://cyberleninka.ru/article/n/k-traktovke-ponyatiya-metakommunikatsiya – Дата доступа : 30.04.2026.

8. Derrida, J. Of Grammatology / J. Derrida. – Baltimore : John Hopkins University Press, 1997. – 456 p.

9. Якобсон, Р.О. [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://liconism.com/images/documents/1035/Якобсон%20Лингвистика%20и%20поэтика.pdf – Дата доступа : 30.04.2026.

10. Винокур, Т. Г. Говорящий и слушающий: Варианты речевого поведения. – М. : Наука, 1993. – 172 с.

11. Макарова, Е.Л. Обучение средствам метакоммуникации в аргументирующем дискурсе (нем.яз.): автореф.дис…канд.пед.наук: 13.00.02 / Макарова Елена Леонидовна; Моск.гос.лингвист.ун-т. - М., 1994. – 24 с.

TERMINOLOGICAL CONTROVERSIES IN APPROACHES TO THE STUDY OF METACOMMUNICATION

E.N.Radion
Belarusian State University of Foreign Languages
Minsk, Belarus, elenaradion@yahoo.com

This article examines terminological contradictions in various approaches to the study of metacommunication. An attempt is made to clarify the differences between the metacommunicative, phatic, and evaluative functions of speech acts to formulate a clearer definition of metacommunication as a linguistic phenomenon.

Keywords: metacommunication; metalanguage; metatext; metacommunicative function; phatic communication

УДК 80

ПОНЯТИЯ «СЧАСТЬЕ» И «ТРУД» ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ КАРТИНЕ МИРА АНГЛИЙСКОГО И БАШКИРСКОГО ЯЗЫКОВ

Г.З. Рахмангулова, З.Р. Ахметзадина
Сибайский институт (филиал) Уфимского университета науки и технологии
Сибай, Россия, gulsina607@gmail.com

В статье рассматривается фразеологическая картина мира английского и башкирского языков, связанная с понятиями «счастье» и «труд». В качестве примеров послужили фразеологические единицы и пословицы на английском и башкирском языках. Мы проанали-

зировали устойчивые выражения двух языков и выявили их общие и специфические черты.

Ключевые слова: фразеологическая картина мира; понятие «счастье»; понятие «труд»; сопоставительный анализ; фразеология; фразеологические единицы; пословицы.

Фразеология играет важную роль в нашей речи, которая отражает лексические, культурные особенности языка [1, с. 107]. Однако проблема заключается в недостаточном внимании к устойчивым выражениям (фразеологическим единицам и пословицам), которые играют значительную роль в формировании культурной ценности и мировосприятия носителей языков. Актуальность исследования обусловлена необходимостью понимания культурных контекстов, в которых формируются и функционируют фразеологизмы. Цель данной работы заключается в сравнительном исследовании фразеологической картины мира, которое связано с понятиями «счастье» и «труд» в английском и башкирском языках, что поможет глубже понять культурные особенности этих языков и позволит выявить как общие, так и специфические черты, присущие каждой из этих культур.

В рамках исследования выделяются две основные задачи:

1) проанализировать понятие «счастье» в фразеологической картине мира английского и башкирского языков, что позволит понять, как различные культуры воспринимают это состояние;

2) изучить фразеологическую картину мира английского и башкирского языков, связанную с понятием «труд», что поможет выявить культурные ценности, связанные с трудовой деятельностью.

Методология работы включает в себя сравнительный анализ фразеологических единиц и пословиц, а также анализ семантических полей и метафорических оснований. Объектом исследования выступают фразеологические единицы и пословицы, относящиеся к понятиям «счастье» и «труд», представленные в английском и башкирском языках. Такой подход позволяет не только выявить лексические и семантические особенности, но и понять культурно-исторические компоненты. В результате работы планируется получить более глубокое понимание фразеологической картины мира, что будет способствовать развитию межкультурной коммуникации и перевода.

Исследованием фразеологической картины мира занимаются такие ученые, как Н.Ф. Алефиренко, В.М. Мокиенко, Н.М. Шанский, Р.Х. Хайруллина, Т.Г. Никитина и др. Т.Г. Никитина определяет фразеологическую картину как компонент языковой картины мира, где каждый фразеологический оборот представляет собой элемент строго организованной системы, в которой описываются реалии окружающей действительности [4, с. 69]. В современной лингвистике у фразеологической картины принято выделять следующие признаки:

1) универсальность, то есть в каждом языке существуют фразеологические единицы, содержащие невыводимость целостного значения;

2) антропоцентризм – именно человек и его духовные потребности являются центром фразеологической картины мира;

3) экспрессивность – коннотативный компонент находит свое выражение в эмоциональной окраске фразеологических оборотов [5, с. 70].

Фразеологическая картина мира закреплена в сознании носителей языка. Мы не можем сказать, что эта картина существует сама по себе. Ее основным инструментом является фразеология. По определению В.В. Виноградова, фразеология в лингвистике – это раздел языкознания, изучающий лексико-семантические и грамматические свойства устойчивых сочетаний слов, противопоставляемых сво-

бодным словосочетаниям по признаку семантической целостности и воспроизводимости [2, с. 118]. Также исследователь выявил три типа на основе слитности компонентов фразеологии:

1) фразеологические сращения (фразеологические единицы) – значения полностью невыводимы, компоненты немотивированы: *попасть впросак; точить лясы; бить баклуши.*

2) фразеологические единства – значение переносное, но образ понятен: *белая ворона; держать камень за пазухой; выносить сор из избы*.

3) фразеологические сочетания – одно слово употреблено свободно, другое – вынужденно привязано: *кромешная тьма; заклятый враг; щекотливый вопрос* [2, с. 121].

Н.М. Шанский добавил к трем типам четвертый – фразеологические выражения (пословицы, афоризмы, штампы), состоящие из слов со свободными значениями: *скучен день до вечера, коли делать нечего; старый друг лучше новых двух; глаза боятся, а руки делают* [6, с. 69].

Т.И. Вендина определяет фразеологические единицы как «лексически неделимые, воспроизводимые единицы языка, которые состоят из двух или более ударных компонентов, также они устойчивы в своем составе, структуре и целостные по своему значению» [3, с. 23]. Н.М. Шанский выделил отличительные особенности пословиц от фразеологических единиц: «пословицы отличаются от фразеологических единиц логически, т.е. пословицы адекватны суждению, а фразеологические единицы – понятиям; синтаксически – пословицы имеют форму предложения, а не словосочетания» [6, с. 13]. Таким образом, пословицы являются устойчивыми сочетаниями слов, которые состоят из законченных предложений.

Счастье относится к числу универсальных, но при этом культурно-специфичных концептов. С одной стороны, стремление к счастью признается фундаментальной потребностью человека независимо от его национальной принадлежности. С другой стороны, само понимание счастья и его продолжительность варьируется от культуры к культуре. Фразеология, сохраняющая коллективный опыт народа, показывает эти различия наиболее наглядно. Фразеологические единицы английского языка, связанные с понятием «счастье»:

1. *On cloud nine* ‘на девятом облаке’ – быть чрезвычайно счастливым.
2. *Happy as a flea in a dog house* ‘счастлив, как блоха в собачьей будке’ – быть невероятно счастливым и удовлетворенным.
3. *Beaming with happiness* ‘сияющий от счастья’ – излучать радость через искреннюю улыбку.
4. *Grinning from ear to ear* ‘улыбающийся от уха до уха’ – описывает состояние человека, который очень рад и широко улыбается.
5. *Jumping for joy* ‘прыгать от радости’ – описывает бурный всплеск радости.

Исходя из рассмотренных идиом, можно сделать вывод, что английский язык богат образными выражениями для описания радости, счастья. Идиомы описывают не только эмоцию, но и ее проявление, например, они показывают, как человек выражает счастье через мимику (beaming, grinning), через действия (jumping) и через внутреннее состояние (cloud nine).

Рассмотрим башкирские фразеологические единицы, связанные с понятием «счастье»:

1. *Аҡ бәхет* – белое счастье.
2. *Бәхет асҡысы* – ключи от счастья.
3. *Бәхет асылыу* – счастье улыбнулось.

4. *Бәхет йондоҙо ҡалҡыу* – процветать.
5. *Бәхет ҡошо* – ‘птица счастья’ – то, что является источником счастья.

Образы, используемые в башкирских фразеологических единицах (звезда, источник, белый цвет и т.д.) подчеркивает возвышенный, почти мистический статус счастья в народном сознании. Оно не достигается любой ценой, а приходит, сопровождает и даруется – и потому требует внутренней готовности и мудрости.

Фразеологические единицы на английском языке, связанные с трудовой деятельностью:

1. *Work like a horse* ‘работать как лошадь’ – работать с предельным напряжением, до изнеможения.
2. *Work your fingers to the bone* ‘работать, стирая пальцы до костей’ – работать на износ.
3. *Put in 110%* – выкладываться на 110%.
4. *Work your way up* – прокладывать себе путь вверх.
5. *Business before pleasure* – делу время, потехе час.

Таким образом, английские фразеологические единицы, связанные с трудом, показывают, что работа воспринимается как тяжелое, изматывающее усилие, требующее полной самоотдачи. Метафоры «работать как лошадь» и «стирать пальцы до костей» подчеркивают физическое истощение, а «выкладываться на 110%» – максимальную отдачу сверх возможного. При этом присутствует и карьерный аспект «прокладывать путь вверх».

Башкирские фразеологические единицы, связанные с понятием «труд»:

1. *Бил бөгөү* – работать очень усердно.
2. *Еңел һөйәкле* – описывает трудолюбивого и шустрого человека.
3. *Ер емереп эшләү* – что-то делать с невероятной силой, энергией.
4. *Ике ҡулға бер эш* – посильная работа.
5. *Йөк аты* ‘ломовая лошадь’ – человек, который работает безотказно.

Башкирские фразеологические единицы с понятием «труд» отражают то, что работа - это физическая нагрузка, вплоть до самоистощения. Они подчеркивают тяжесть работы, способность человека выполнять однообразный, тяжелый труд.

Таким образом, в английских фразеологических единицах счастье чаще представлено как внешняя эмоция, связанная с улыбкой и состоянием чрезвычайной радости. В башкирской традиции счастье больше выражется через понятие большого успеха, достижения цели и наличия удачи. Что касается фразеологических единиц, связанные с понятием «труд», то в английском языке работа мыслится как предельное усилие, инструмент социального подъема. В башкирском языке труд акцентируется как личностная характеристика и моральная ценность.

Сопоставление фразеологических единиц двух языков показывает, что в английском языке отражаются индивидуализм и ценность карьерного роста (труд – путь к успеху, счастье – эмоциональный всплеск). В башкирском языке показаны созерцательные и судьбоносные мотивы (труд – долг и выносливость, счастье – милость судьбы, а не личностное достижение).

Перейдем к английским пословицам, отражающие понятия «счастье»:

1. *Every man is the architect of his own fortunes* – каждый человек является архитектором своего счастья.
2. *Fortune is easily found, but hard to be kept* – найти счастье легко, да трудно его удержать.
3. *Happiness takes no account of time* – для счастливых время не существует.
4. *A happy heart is better than a full purse* – счастливое сердце лучше полного

кошелька.

5. *Happiness isn't inherited, it's got to be earned* – счастье не получают по наследству, его добывают сами.

Вышеперечисленные пословицы подчеркивают, что счастье – результат собственных усилий, а не дар судьбы. Также счастье не тождественно богатству.

Башкирские пословицы, связанные с понятием счастье:

1. *Һәр кем үҙ бәхетенә үҙе сәбәп* – каждый является кузнецом своего счастья.
2. *Бәхет ҡошо ҡунғанда беленмәй, осоп киткәндә беленә* – легко найти счастье, а потерять еще легче.
3. *Бәхетлеләр сәғәткә ҡарамай* – счастливые часов не наблюдают.
4. *Көнсөлдөң йөрәген ят бәхете яндыра* – завистливый по чужому счастью сохнет.
5. *Һәр кемдең үҙ бәхете үҙенә* – всякому свое счастье.

Башкирские пословицы позволяют выявить сходства с английскими пословицами, например, «*Һәр кем үҙ бәхетенә үҙе сәбәп*» почти дословно совпадает с «*Every man is the architect of his life*». Это указывает на универсальную идею личной ответственности, которая присутствует в обеих культурах. В отличие от английской «*Fortune is easily found, but hard to be kept*», башкирская пословица «*Бәхет ҡошо ҡунғанда беленмәй, осоп киткәндә беленә*» вводит образ «птицы счастья». Эти пословицы придают счастью оттенок неосознаваемости. «*Бәхетлеләр сәғәткә ҡарамай*» – почти аналог английского «*Happiness takes no account of time*». В этих пословицах наблюдается полное межкультурное совпадение: идея погруженности в счастливое состояние, при котором время теряет значимость. Также в башкирских пословицах счастье глубоко вписано в социалные отношения (зависть, различие судеб).

Английские пословицы, связанные с понятием «труд»:

1. *Better to do well than to say well* – лучше хорошо делать, чем хорошо говорить.
2. *Idle folks lack no excuses* – лентяи всегда найдут отговорки.
3. *A bad workman quarrels with his tools* – плохой работник с инструментами не в ладу.
4. *He who would eat the kernel must crack the nut* – без труда нет плода.
5. *He that would eat the fruit must climb the hill* – тот, кто хочет съесть плод, должен забраться на дерево.

Все эти пословицы подчеркивают, что успех достигается не словами, а делами. Они показывают, что ленивый человек всегда найдет оправдание, а хороший работник не станет винить инструменты. Главная идея в том, что без усилий невозможно получить желаемый результат.

Башкирские пословицы про труд:

1. *Күп һөйләгән, әҙ эшләр* – большой говорун – плохой работник.
2. *Ялҡауға эш өйрәтһәң, ул һиңә аҡыл өйрәтер* – стоит лентяю работу поручить, как он тебя начнет уму-разуму учить.
3. *Оҫтаның ҡулы башҡа* – видно мастера по работе.
4. *Эшләгән – тапҡан, ауыҙына ҡапҡан* – будешь трудиться – будешь кормиться.
5. *Бөгөнгө эшеңде иртәгәгә ҡалдырма* – что можно сделать сегодня, не откладывай на завтра.

Эти пословицы также имеют сходства с английскими пословицами. Они подчеркивают, что хороший работник говорит мало, но делает много: «*Better to do*

well than to say well» и «*Күп һөйләгән, әҙ эшләр*». Следующие пословицы показывают, что без труда нельзя получить желаемое: «*He who would eat the kernel must crack the nut*» и «*Эшләгән – тапҡан, ауызына ҡапҡан*». В английской пословице лентяй находит отговорки, чтобы не работать - «*Idle folks lack no excuses*», в башкирской – он не только не работает, но еще и пытается учить других, когда ему дают дело - «*Ялҡауға эш өйрәтһәң, ул һиңә аҡыл өйрәтер*». Можно сделать вывод, что обе культуры ценят трудолюбие выше слов и осуждают лень. Английские пословицы делают акцент на личной ответственности и преодолении препятствий, а башкирские – на важности конкретного, видимого результата.

Проведенное исследование английских и башкирских фразеологических единиц и пословиц в понятийных сферах «счастье» и «труд» позволило выявить как универсальные, так и этноспецифичные черты фразеологической картины мира каждого языка.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Рахмангулова Г.З., Ахметзадина З.Р. Семантические особенности английских и башкирских фразеологических единиц, связанные с погодой // Неделя науки – 2025: Материалы Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции (г. Сибай, 17-18 апреля 2025 г.). – Сибай: Сибайский институт (филиал) УУНиТ, 2025. – С. 107.

2. Виноградов В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М.: Наука, 1977. –310 с.

3. Вендина Т.И. Введение в языкознание. – М.: Высшая школа, 2001. – С. 143.

4. Никитина Т.Г. К вопросу о классификационной схеме фразеологического словаря // Вопросы языкознания. М.: Наука, 1995. – С. 68-82.

5. Хайруллина Р.Х. Картина мира во фразеологии. – М.: Наука, 1997. – 536 с.

6. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка. – СПб.: Специальная литература, 1996. – 192 с.

THE NOTIONS OF "HAPPINESS" AND "WORK" IN THE PHRASEOLOGICAL WORLDVIEW OF THE ENGLISH AND THE BASHKIR LANGUAGES

G.Z. Rakhmangulova, Z.R. Akhmetzadina
Sibay Institute (branch) Ufa University of Science and Technology
Sibay, Russia, gulsina607@gmail.com

The article examines the phraseological worldview of the English and Bashkir languages related to the notions of "happiness" and "work". The examples used are phraseological units and proverbs in English and Bashkir. We analyzed the stable expressions of the two languages and identified their common and unique features.

Keywords: phraseological picture of the world; the notion of "happiness"; the notion of "work"; comparative analysis; phraseology; phraseological units; proverbs.

УДК 81’44

AI-ENHANCED MODELING OF PHONETIC INTERFERENCE AND COGNITIVE PATTERNS IN AZERBAIJANI-GERMAN BILINGUALISM

A.B. Sobor
Azerbaijan of Languages University,
Baku, Azerbaijan

The integration of Artificial Intelligence (AI) into cognitive linguistics has redefined the study of bilingual speech production. This research examines the phonological interplay within

the "Azerbaijani-German" pair—two typologically distinct linguistic systems. The study specifically focuses on how the rigid law of vowel harmony (synharmonism) in Azerbaijani affects the acquisition of German consonantal structures and vowel quality in young learners. The study utilized the PRAAT software suite to record and analyze acoustic markers, including F1/F2 formants, pitch variance, and temporal duration. To evaluate lexico-syntactic deviations within children's media discourse, Natural Language Processing (NLP) models were implemented for high-precision data mining. The occurrence of spontaneous self-correction was identified as a primary marker of emerging linguistic awareness and cognitive control.

Keywords: Bilingualism; Acoustic Interference; Artificial Intelligence; Phonological Asymmetry; Metalinguistic Awareness; Natural Language Processing (NLP).

The application of AI-driven tools has transitioned the study of bilingualism from qualitative observation to empirical, data-driven science. The Phonological Filter: The study identifies Azerbaijani synharmonism as a persistent structural filter that obstructs the precise production of German vocalisms. Neural network analysis of spectrograms confirmed the presence of microscopic sound insertions at the junctions of dense consonant groupings. Semantic Competition: During cognitive processing, bilingual children often experience overlapping conceptual fields. NLP models helped map patterns of "lexical retrieval failure," where the learner defaults to L1 structures to express complex abstract concepts in the target language (L2). The Power of Self-Correction: The findings demonstrate that effective language acquisition is rooted in the ability to perceive the "boundaries" between different linguistic systems. In this context, AI serves as a cognitive simulator, predicting potential zones of interference and fostering a proactive learning environment.

This study posits that advancing to the highest stage of bilingualism—biliteracy—is achieved not through the mechanical expansion of vocabulary, but through the development of conscious metalinguistic reflection. Consequently, the role of Artificial Intelligence in language pedagogy must undergo a paradigm shift: moving from passive error correction toward intelligent predictive modeling (AI-Driven Scaffolding). Rather than merely flagging mistakes, such systems activate the learner's internal mechanisms for self-correction. The formation of bilingualism within typologically unrelated languages offers significant scientific insight.

Regarding semantic competition. The practice of teachers in Azerbaijani schools today shows that some students learning a second (non-native) language often encounter overlapping "linguistic fields." This is a completely natural and even expected phenomenon in cognitive linguistics. In this regard, specialized NLP models and frameworks help identify the root causes of this process's failure, resulting in the student involuntarily turning to their native language. Parallel to this, the so-called "target language" is designed to reflect more complex concepts. These two phenomena are designated in linguistics as "L1" and "L2," respectively.

Experiments conducted by researchers potentially prove that the most productive learning of a second language by Azerbaijani students largely depends on their ability to differentiate and correctly perceive linguistic systems. Significantly, in this format, AI acts as a kind of alarm system, anticipating potential disruptions and alerting both teachers and students in advance. This makes learning more active and effective.

The "Azerbaijani-German" pair serves as a unique model for cognitive exploration due to their structural divergence: Azerbaijani is a strictly organized agglutinative system, where the law of synharmonism (vowel harmony) forms the bedrock of its phonological structure.

German, in contrast, relies on a complex inflectional-analytical framework, featuring unique vocalisms (umlauts) and dense consonant clusters that are entirely foreign to the Turkic phonetic matrix. Drawing on Wilhelm von Humboldt's concept of language as a "thought-generating process," it can be argued that an Azerbaijani-speaking child transitioning to German does more than switch lexical codes; they encounter a fundamentally different cognitive worldview. The "inner form" of the Azerbaijani language, governed by synharmonism, conflicts with German grammatical structures. This automatic transfer of native linguistic habits onto foreign soil inevitably triggers articulatory resistance and profound phonological asymmetry. Historically, speech errors and semantic "glitches" in Azerbaijani children learning German were viewed through a narrow didactic lens—simply as a lack of proficiency. However, the nature of these deviations stems from immense cognitive tension. This tension arises during the collision of two diametrically opposed algorithms of speech production.

While foundational works exist regarding phonetics [1; 2] and the psycholinguistics of child speech [3; 4; 5], contemporary linguistics lacks integrated cognitive-computational models. The absence of research utilizing AI algorithms to explain the mechanics of acoustic and semantic interference in this specific language pair underscores the relevance and necessity of the current study. This article seeks to bridge the existing scientific divide by integrating instrumental phonetics with cognitive linguistics. Leveraging empirical data—including the analysis of children's media discourse and acoustic speech modeling—we demonstrate the transformative potential of AI algorithms. In this study, Artificial Intelligence is employed not merely to document phonological discrepancies but to explore the mechanisms of metalinguistic reflection, which serve as the cornerstone of comprehensive biliteracy.

It is important to recognize that highly professional bilingual teaching depends not so much on the mechanistic acquisition of vocabulary, but on the development of skills across all areas of linguistics. In this regard, the role and significance of AI is difficult to overestimate, as it decisively and symptomatically facilitates a linguistic shift in both syntagmatics and paradigmatics. To put it more clearly and intelligibly, AI at the present stage of history is smoothly transitioning from error correction and independent error correction to natural modeling. This primarily concerns the genetic support of AI. That is, in addition to error correction, students' internal reserves and their ability to self-correct are actively utilized, which is important and promising from a scientific perspective.

Today, there is a considerable body of specialized literature on both phonetics [1; 2] and child psycholinguistics [3; 4; 5]. However, modern linguistics clearly lacks cognitive frameworks based on integration parameters. There is also a lack of work on the AI system's algorithm. Yet, acoustics and interference prevention factors in the language sphere as a whole directly depend on this. Therefore, this area of research in cognitive linguistics should be considered relevant and timely.

This article also aims to shed some light on the integration of phonetics with the aforementioned discipline. Drawing on existing empirical data and media discourse among young children, we sought to advance the idea of speech modeling using acoustics. In doing so, we further demonstrate the powerful efficiency of AI. Firstly, it is currently used as a chronograph for certain inconsistencies in phonology. Secondly, it facilitates a more detailed study of metalinguistics in general. The latter is a true panacea for literacy in bilingualism.

According to Lev Vygotsky's theory, thought is not simply expressed in words but finds its ultimate realization within them. For an Azerbaijani-speaking child, acquiring

German is a rigorous process of constructing new conceptual frameworks. Verbose explanations (as seen in programs like Dingsda) and semantic deviations should not be dismissed as a simple lack of vocabulary. Instead, they represent the visible manifestation of intense cognitive labor. Drawing on the concrete-situational scenarios of their native culture, the child gradually builds abstract connections within a new linguistic environment [3]. Linguistic systems differ not only in their phonemic inventories but also in the functional weight of their subsystems. The eminent linguist Academician Aghamusa Akhundov described Azerbaijani phonetics as a "mathematically precise structure." Within this framework, the law of synharmonism (vowel harmony) is more than an acoustic phenomenon; it is the structural axis of the entire morphological organization [1].

In Azerbaijani speech, transitions between vowels are strictly homogeneous (limited to either front or back series). German lacks this harmony, featuring dense consonant clusters and a complex system of grammatical gender. This dissonance poses challenges not only for young learners but also for Automatic Speech Recognition (ASR) systems trained on standard German (Hochdeutsch). Consequently, the acoustic deviations in a bilingual child's speech are frequently misinterpreted by modern neural networks.

In contemporary research, auditory perception alone is insufficient for a profound understanding of speech deformations. The use of the PRAAT software suite in conjunction with machine learning algorithms opens significant new horizons:

Spectrogram Analysis: AI detects micro-fluctuations in formants (F1 and F2), illustrating how the inertia of synharmonism hinders the precise articulation of German umlauts (ö, ü, ä). By integrating the phonological parameters of the native language into a neural network, we can predict with high accuracy typical errors at consonant junctions (e.g., in words like Herbst or Strumpf). These models provide the foundation for developing Intelligent Tutoring Systems (ITS) tailored to the specific linguistic hurdles of the individual learner. Traditional perceptual assessment, which relies on the researcher's subjective hearing, is giving way to high-precision computational methods. AI technologies allow for the conversion of abstract phonological categories into quantifiable acoustic data, ensuring objective evaluation in the study of bilingual speech.

REFERENCES

1. Ахундов А.А. Фонетика азербайджанского языка. Баку, Маариф, 1984.
2. Babayev C. M. Müasir Azərbaycan dilinin fonologiyası. Baku: Nurlan, 2005.
3. Выготский Л.С. Мышление и речь. Москва: Лабиринт, 1996.
4. Helmers H. Sprache und Humor des Kindes. Stuttgart: Klett, 1997.
5. Quasthoff U. M. Kindliche Erklärungen: Entwicklungspsychologische und linguistische Aspekte. Berlin: De Gruyter, 1998.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ФОНЕТИЧЕСКОЙ ИНТЕРФЕРЕНЦИИ И КОГНИТИВНЫХ ПАТТЕРНОВ В АЗЕРБАЙДЖАНО-НЕМЕЦКОМ ДВУЯЗЫЧИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИИ

А.Б. Собор
Азербайджанский университет языков,
Баку, Азербайджан

Интеграция искусственного интеллекта (ИИ) в когнитивную лингвистику изменила подход к изучению двуязычного речевого производства. В данном исследовании рассматривается фонологическое взаимодействие в рамках пары «азербайджанско-немецкий» — двух типологически различных языковых систем. В частности, исследование фокусируется на том, как жесткий закон гармонии гласных (сингармонизм) в азер-

байджанском языке влияет на усвоение немецких согласных структур и качества гласных у юных учащихся. В исследовании использовался программный пакет PRAAT для записи и анализа акустических маркеров, включая форманты F1/F2, вариативность высоты тона и временную длительность. Для оценки лексико-синтаксических отклонений в детском медиадискурсе были использованы модели обработки естественного языка (NLP) для высокоточной обработки данных. Возникновение спонтанной самокоррекции было определено как основной маркер формирующегося языкового восприятия и когнитивного контроля.

Ключевые слова: билингвизм; акустические помехи; искусственный интеллект; фонологическая асимметрия; металингвистическое восприятие; обработка естественного языка (NLP).

УДК 81-119

ЭКОЛИНГВИСТИКА, БИОСЕМИОТИКА И БИОЛИНГВИСТИКА О ПРИРОДЕ И ПРОИСХОЖДЕНИИ ЯЗЫКА

А.В. Суховерхов
Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина
Краснодар, Россия, ksau2009@gmail.com

В работе проводится сопоставительный анализ классического представления о языке как автономной знаковой системе и современных гетерономных концепций, рассматривающих лингвистические явления через призму когнитивистики, биосемиотики, эволюционной и социокультурной теорий. Особое внимание уделяется эколингвистике как формирующейся междисциплинарной платформе, объединяющей разные направления исследования языка.

Ключевые слова: эколингвистика; биосемиотика; происхождение языка; теории языка; биолингвистика.

Долгое время в теории языка была популярна точка зрения, что язык – это система (условных, конвенциональных) знаков, используемых для коммуникации. Однако XX век породил большую плеяду теорий, опровергающих или дополняющих это определение. На текущий момент, можно выявить минимум три концепции, определяющие природу языка. *Первая, подтверждающая классическую точку зрения,* считает, что мы должны рассматривать **язык как автономную (знаковую) систему**. Этот подход абстрагируется от многих прагматических факторов существования языка и рассматривает его гипостазировано, исходя из самого языка, а также вырабатывает идеалы, правила и принципы нормативного языка. Наиболее радикальное воплощение этот подход нашел в работах Л. Блумфилда и американской школы дескриптивизма, а также в глоссематике Л. Ельмслева. В частности, Л. Ельмслев утверждал, что «Лингвистика должна стремиться постичь язык не как совокупность нелингвистических (например, физических, физиологических, психологических, логических, социологических) явлений, а как самодостаточную целостность, структуру *sui generis*» [6, с. 5-6].

Вторая концепция воплощает «когнитивный поворот» в науке и рассматривает язык как **интеллектуальную способность или индивидуальную деятельность**, которая может реализовываться на любых знаковых носителях, не зависеть от конкретных средств выражения, но, напротив, непрерывно порождать и обновлять их. В этой модели функция репрезентации (референции) приписывается именно сознанию, «работе духа», врожденным способностям, мышлению или ин-

тенциональности отдельного субъекта, а не знаковым средствам выражения. Например, Б. Смит утверждает: «Звук является языковым элементом (символом) только в том случае, если говорящие или лежащие в их основе языковые системы наделяют его фонологическими, синтаксическими и семантическими свойствами; и эти свойства существуют не в мире, а представляются в сознании говорящих» [8, с. 438]. Этот аспект существования языка широко исследуется когнитивной наукой, в работах «нативистов» и сторонников «генеративной грамматики» (Э. Х. Леннеберг, Н. Хомский, С. Пинкер), в «теории речевых актов» (Дж. Серль, Дж. Остин) и в ментализме (Дж. Фодор, Р. Джекендофф).

Третья концепция представляет язык как **социокультурную реальность**, **как *надличностное образование***, противостоящее субъекту и формирующее не только умственные и языковые способности человека, но и создающее его «картину мира». В этой концепции язык рассматривается как часть социокультурной системы, которая и воспроизводится посредством языка, и воспроизводит его. Такие идеи высказывались в работах структуралистов и постструктуралистов (М. Фуко, Р. Барт), в «теории языковой относительности» (Э. Сепир и Б. Л. Уорф), трудах Л. Выготского и его последователей. Эта концепция может дополняться теорией социальной (культурной) памяти, в которой язык – это продукт общественной традиции и один из механизмов трансляции и воспроизведения наследственной информации [11, 12].

Последние две концепции изучают природу языка гетерономно, выводя его сущность из чего-то иного, чем сам язык, реализуя системный и междисциплинарный подходы к его изучению и пониманию. В этом вопросе они сближаются с относительно новым направлением в языкознании – *эколингвистикой*, которая предлагает разработать максимально системный подход к языку, учитывающий самые разные (прагматические) аспекты его существования [1, 10].

Эколингвистика является еще формирующимся направлением в науке, и за этим общим названием могут стоять разные теоретические направления. Первый аспект связан с применением к лингвистике *теории прямого реализма и концепции «когнитивной экологии»* (cognitive ecology), предложенной Дж. Гибсоном. В этом подходе утверждается онтологическое и познавательное единство восприятия и действия, организма и среды обитания. Относительно языка эта теория была применена в работах К. А. Фоулер, Д. Шанквейлера, Э. Либермана, Ф. С. Купера. Опираясь на «прямой реализм» и теорию «телесно-реализующегося познания» (embodied cognition), они разработали «моторную теорию восприятия речи» (motor theory of speech perception) и деятельностный подход, согласно которому объектом восприятия являются не столько сами звуки, сколько речевая артикуляция говорящего или его действия [5, 7].

Другой (биоэкологический) аспект изучения коммуникации и языка связан с традиционным пониманием экологии и характеризуется переносом экологической терминологии на социальную и лингвистическую действительность [1]. Например, язык или языковое многообразие могут рассматриваться как экосистемы, или живой организм, который необходимо сохранять; исследуются вопросы о том, какие механизмы защиты языкового многообразия могут быть адаптированы из классической экологии и т. д. Этот аспект исследования представлен в работах Е. В. Ивановой, А. А. Полухина, Е. М. Пылаевой и других ученых.

Также существует максимально интегративный подход в эколингвистике, направленный на объединение биологических, когнитивных и социокультурных оснований языка. В этом подходе коммуникация представлена как симбиотическое, «нелокали-

зуемое» (non-local) явление, «распределенное» (distributed) в разных порождающих его системах. Такой подход развивается такими исследователями, как С. В. Стеффенсен, А. Филл, Х. Г. Коуту, С. Коули, и другими учеными, работающими в области эколингвистики и теории распределенного языка [4, 10].

В целом, на современном этапе своего становления, экологический подход к языку имплицитно или эксплицитно представлен таким научными направлениями, как эколингвистика, биосемиотика, экосемиотика, биолингвистика, экологическая психология, экологическая эпистемология [8].

Сторонники экологического подхода к языку, теоретики ситуативного познания, прямого реализма и исследователи в области биосемиотики показывают тесную взаимосвязь языка с другими «естественными знаками». В частности, в биосемиотике показана тесная эволюционная взаимосвязь знаковых систем, начиная от кода ДНК и природной коммуникации и заканчивая формальными языками. Некоторые исследователи, например М. К. Петров, М. Барбьери, К. Кулль, Дж. Хоффмайер и другие, отмечают, что именно генетический код и генетическое наследование являются (био)семиотической базой, над которой надстраивается множество других знаковых систем (multiple semiotic scaffoldings). Биосемиотика совместно с биолингвистикой также изучают, как и почему язык возник в процессе эволюции человека и чем он отличается от систем коммуникации животных, какие формы природной сигнализации заложили когнитивные основы для появления языка, основанного на грамматике.

В качестве примера одной из таких интересных гипотез можно привести теорию Амелии Льюис, которая выдвинула гипотезу, что когнитивная способность распознавать семиохимические вещества (semiochemicals) заложила основу или «когнитивные шаблоны» для распознавания акустической речи и тем самым появления естественного языка. Как и распознавание речи, восприятие семиохимических веществ предполагает «расшифровку сложных паттернов». Впоследствии эта способность становится универсальной и применимой и к другим модальностям/средствам коммуникации.

Также ученые пытаются понять, какую модель лучше применять к анализу коммуникации в природе – репрезентативную или нерепрезентативную. Например, Дж. Стюарт еще в отношении естественного языка утверждал, что его нужно изучать не как систему знаков (символов), созданных для репрезентации чего-то иного. Для понимания природы языка больше подходит модель метонимии, где часть представляет и представлена целым, а не модель метафоры (репрезентации). Сходные подходы используются сейчас и для описания (знаковых) процессов познания. Например, коннективизм утверждает, что знание или смысл (например, понятие «стол») – это не «вещь», не набор знаков, а паттерны активности и система связей в сети. Смысловой элемент обретает смысл только как часть целого функционального состояния системы.

В целом, обобщая существующие работы в области исследования природы языка, необходимо отметить общую тенденцию к смещению парадигмы с изучения языка как автономной системы в сторону всестороннего исследования прагматических (биологических, экологических, когнитивных, социальных) аспектов языка. Одной из таких платформ, объединяющих разные подходы, выступает эколингвистика. Однако само это направление еще находится в стадии активного формирования и требует дальнейшей формулировки и уточнения своих целей и задач.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Пылаева, Е. М. Эколингвистика как новое направление в языкознании XXI века / Е. М. Пылаева // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики : научно-практический журнал. – 2011. – № 5. – С. 106–113.

2. Стюарт, Дж. Возвращаясь к символической модели: нерепрезентативная модель природы языка. // Знаковые системы в социальных и когнитивных процессах / Ред. И. В. Поляков. Новосибирск: Наука, 1990. С. 84–111. – URL.: http://philosophy.ru/library/lang/stewart.html

3. Суховерхов, А. В. Язык, коммуникация, наследование: нерепрезентативные модели / А. В. Суховерхов, Е. В. Пархоменко // Гуманитарные и социальные науки : научно-практический журнал. – 2021. – № 5. – С. 32–38.

4. Cowley, S. J. (2011). Distributed language. In: S. J. Cowley (ed.) *Distributed Language*, Amsterdam: John Benjamins. P. 1–14.

5. Galantucci, B. The motor theory of speech perception reviewed / B. Galantucci, C. A. Fowler, M. T. Turvey // Psychonomic bulletin & review. – 2006. – Vol. 13, № 3. – P. 361–377.

6. Hjelmslev, L. Prolegomena to a Theory of Language / L. Hjelmslev ; trans. F. J. Whitfield. – 2nd ed. – Madison : University of Wisconsin Press, 1961. – 144 p.

7. Hodges, B. H. New affordances for language: Distributed, dynamical, and dialogical resources / B. H. Hodges, C. A. Fowler // Ecological Psychology. – 2010. – Vol. 22, № 4. – P. 239–253.

8. Lewis, A. Chemiosemiosis and complex patterned signals: A chemosemiotic hypothesis of language evolution / A. Lewis // Linguistic Frontiers. – 2021. – Vol. 4, № 1. – P. 10–24.

9. Smith, B. Why we still need knowledge of language / B. Smith // Croatian Journal of Philosophy. – 2006. – Vol. 6, № 18. – P. 431–457.

10. Steffensen, S. V. Ecolinguistics: the state of the art and future horizons / S. V. Steffensen, A. Fill // Language sciences. – 2014. – Vol. 41. – P. 6–25.

11. Sukhoverkhov, A. V. Why language evolution needs memory: systems and ecological approaches / A. V. Sukhoverkhov, C. A. Fowler // Biosemiotics. – 2015. – Vol. 8, № 1. – P. 47–65.

12. Sukhoverkhov, A. V. Lost and found language: From fuzzy logic to yūgen / A. V. Sukhoverkhov, A. G. Karipidi // Language Sciences. – 2024. – Vol. 106. 101662.

ECOLINGUISTICS, BIOSEMIOTICS, AND BIOLINGUISTICS ON THE NATURE AND ORIGIN OF LANGUAGE

A.V. Sukhoverkhov

Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin

Krasnodar, Russia, ksau2009@gmail.com

The paper provides a comparative analysis of the classical view of language as an autonomous sign system and modern heteronomous concepts that examine linguistic phenomena through the prism of cognitive science, biosemiotics, evolutionary, and sociocultural theories. Particular attention is paid to ecolinguistics as an emerging interdisciplinary platform that integrates various approaches to the study of language.

Keywords: ecolinguistics; biosemiotics; origin of language; theories of language; biolinguistics.

УДК 81'42

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ПАМЯТИ ПОСРЕДСТВОМ МЕТОНИМИЧЕСКОГО ПЕРЕНОСА: ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ

И.В. Тивьяева
Московский городской педагогический университет
Москва, Россия, tivyaeva@yandex.ru

Настоящая статья представляет собой исследование пласта английской лексики, которая изначально не обладает семантической связью с индивидуальной памятью человека, но в определенных контекстах приобретает значения, ассоциированные с мнемическими процессами. В работе выделяются и описываются тематические группы английских лексических единиц, функционирующих в качестве маркеров мнемических процессов. Также анализируются механизмы метонимического переноса, участвующие в языковой репрезентации процессов памяти.

Ключевые слова: память; мнемический процесс; мнемическая лексика; метонимия.

Память представляет собой фундаментальный когнитивный механизм, который обеспечивает сохранение, обработку и воспроизведение индивидуального и коллективного опыта. Естественный язык выступает эксплицитным средством объективации процессов памяти. Именно через язык человек осмысляет прошлое, формирует собственную идентичность и создает нарративы, которые передаются из поколения в поколение. Взаимодействие памяти и языка изучается в рамках когнитивной лингвистики, ключевые задачи которой связаны с анализом роли языка в процессах познания человеком окружающего мира, обобщения и осмысления жизненного опыта.

Поиски современной лингвистики направлены на построение языковой модели памяти [2], выявление и сопоставление принципов концептуализации памяти в разных языках и культурах [4; 7], анализ языковых и дискурсивных форм репрезентации памяти [3; 6; 9]. В фокусе исследователей, изучающих семантику памяти и ее процессов, находятся в первую очередь единицы языка, позволяющие описать память как когнитивную систему, ее свойства и характеристики [5; 8; 12]. Обратимся к одному из аспектов системы вербализаторов памяти в английском языке – единицам, манифестирующим значения памяти в результате метонимического переноса.

Лингвисты отмечают, что трансляция мнемического опыта осуществляется как вербальными, так и невербальными средствами [9]. К числу вербальных средств принадлежит лексика, значение которой напрямую связано с номинацией мнемических процессов [1; 5; 10; 12]. Основу этой семантической группы составляют глаголы памяти, описывающие четыре ключевых процесса: запоминание, хранение информации, воспоминание и забывание. В английском языке к таким глаголам относятся *to remember, to forget, to recall, to recollect, to reminisce, to misremember* и *to unforget*. При этом анализ языкового материала позволяет выявить значительный пласт лексики, не обладающей изначально мнемической семантикой, но приобретающей соответствующие значения в определенных контекстах. Эти единицы активизируются в речи через метонимический перенос, благодаря чему приобретают способность маркировать разнообразные процессы и состояния памяти – от акта воспоминания до факта утрата, от вербализации личного опыта до эмоциональной оценки воспоминаний. Целью настоящего исследования явля-

ется лингвокогнитивный анализ таких лексических единиц в английском языке и изучение механизмов их метонимического функционирования.

В данной статье феномен метонимического переноса исследуется в контексте вербальной репрезентации мнемических процессов в современной англоязычной литературе. Материалом исследования послужили более 1000 контекстов, заимствованных из художественной и публицистической прозы. Ключевым критерием отбора контекстов стало наличие лексических единиц, семантически не ассоциированных с памятью, но приобретающих соответствующие переносные значения при описании мнемических процессов. Метонимический перенос в данном случае осуществляется на основе смежности, что позволяет замещать предполагаемый по контексту объект другим объектом, сохраняя возможность восстановления исходного объекта в процессе восприятия.

Анализ отобранных контекстов позволил систематизировать тематические группы лексических единиц, участвующих в описании мнемических процессов, и выделить три базовые категории.

1. Тематическая группа «Ментальные процессы и состояния»

В данную категорию входят глаголы, обозначающие когнитивные процессы и ментальные состояния, такие как мышление, понимание и знание *(to know, to think)*. Существительные, объективирующие концепт «мыслительного органа», например, *brain, mind, head*, также играют важную роль в рамках группы. Вышеназванные единицы маркируют процесс извлечения информации из памяти и вербализацию результатов мнемической деятельности. Например, в следующем фрагменте из мемуаров К. Крамер существительное *brain* объективирует представления о памяти как о хранилище, в котором содержатся отдельные воспоминания, связанные с эпизодами из прошлого, тогда как необходимый контекст задается через лексему *recollections*, прямо номинирующую результаты работы механизма воспоминания: *But more than the lack of comfort or food or even the reality of the war, what gripped my heart and crowded my* ***mind*** *were the blistering* ***recollections*** *of the last ten days, from the akcja on 22 November, during which the Nazis murdered three thousand of us, to our frantic search for a protector and our desperate goodbyes to our families* [11, с. 77].

2. Тематическая группа «Чувственное восприятие»

В эту группу входят глаголы чувственного восприятия (*to feel, to see, to look*) и существительные, описывающие абстрактные образы, возникающие в результате сенсорного опыта (*image, picture*). Данные единицы акцентируют внимание на живости воспоминаний, подчеркивая их присутствие в индивидуальной памяти. Например, в следующем фрагменте процесс восстановления информации из памяти репрезентируется посредством глагола зрительного восприятия *to look back*: ***Looking back*** *at my life, I can be proud that I have tried to live a life worthy of the Becks and my sister* [11, с. 344].

3. Тематическая группа «Движение»

Данная группа включает глаголы, обозначающие нахождение и перемещение в пространстве (*to come back, to flood back*) или описывающие уход или исчезновение (*to melt away, to fade away*). Данные единицы маркируют процессы воспоминания и забывания, конкретизируя их характер (произвольный или непроизвольный) и эмоциональную окраску. Так, в следующем примере ситуация сохранения опыта прошлого в памяти описывается посредством глагола *to hung*, контекстуальное значение которого активизируется в комбинации с существительным

memories: *But our presence, our memories, our conversations still* ***hung in the air*** [11, с. 305].

Результаты проведенного лингвокогнитивного анализа показывают, что метонимический перенос при вербальной репрезентации мнемических процессов реализуется через актуализацию вторичных значений лексических единиц под влиянием контекстуальных факторов. Лексические единицы, изначально не ассоциированные с процессами памяти, в определенных контекстах выполняют функцию маркеров мнемических процессов, выражая степень произвольности, интенсивности или эмоциональной окраски воспоминаний.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что языковая объективация мнемических процессов в современном английском языке выходит далеко за пределы собственно глаголов памяти и включает широкий спектр лексических единиц, приобретающих мнемическую семантику в результате метонимического переноса. Результаты анализа фактических языковых данных демонстрируют, что особую роль в языковом отражении памяти играют лексемы, относящиеся к тематическим группам «ментальные процессы и состояния», «чувственное восприятие» и «движение». В соответствующих контекстах единицы, входящие в указанные тематические группы, выступают в роли маркеров процессов запоминания, воспоминания или забывания, позволяя репрезентировать различные аспекты мнемической деятельности человека. Выявленные механизмы метонимического переноса демонстрируют тесную взаимосвязь памяти с другими когнитивными и перцептивными процессами. Репрезентация воспоминаний через категории мышления, восприятия и движения свидетельствует о концептуализации памяти как динамического и многокомпонентного когнитивного явления, тесно интегрированного в систему человеческого опыта.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Баранчеева, Е. И. Особенности вербализации процессов памяти: лексикографические рамки и дискурсивная репрезентация / Е. И. Баранчеева // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – 2014. – № 4 (20). – С. 114-123.

2. Брагина, Н. Г. Память в языке и культуре / Н. Г. Брагина. – М.: Языки славянских культур, 2007. – 514 с.

3. Викулова, Л. Г. Церемониальный жанр академического дискурса: памятная торжественная речь (hommage) / Л. Г. Викулова, О. И. Короленко // Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. – 2026. – № 1(61). – С. 97-115.

4. Дмитровская, М. А. Философия памяти / М. А. Дмитровская // Логический анализ языка. Культурные концепты. – М.: Наука, 2001. – С. 78-85.

5. Иомдин, Б. Л. Ментальная лексика: память и ее функционирование / Б. Л. Иомдин // Проспект активного словаря русского языка. – М.: Языки славянских культур, 2010. – С. 465-494.

6. Метлушко, И. В. Реализация коммуникативной стратегии информирования в медиадискурсе памяти / И. В. Метлушко // Проблемы перевода в современной лингвистике : Сборник статей по материалам Международной научной конференции, Нижний Новгород, 24–26 октября 2024 года. – Нижний Новгород: Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2024. – С. 109-115.

7. Ревзина, О. Г. Память и язык / О. Г. Ревзина // Критика и семиотика. – 2006. – Вып. 10. – С. 10-24.

8. Сулейманова, О. А. Концептуализация процессов памяти в естественном языке: забывать и помнить / О. А. Сулейманова, И. В. Тивьяева, О. В. Афанасьева // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2024. – № 1. – С. 38-49.

9. Тивьяева, И. В. Когнитивно-коммуникативный подход к исследованию языковой репрезентации процессов памяти / И. В. Тивьяева // Вопросы психолингвистики. – 2017. – № 31. – С. 124-139.
10. Центнер, А. С. Репрезентация представлений о процессах памяти в немецком языке / А. С. Центнер // Критика и семиотика. – 2012. – № 17. – С. 224-232.
11. Kramer, C. Clara's War. One Girl's Story of Survival / C. Kramer. – 2009. – HarperCollins e-books. – 339 p.
12. Suleimanova, O. A. Anthropocentrical Turn in Linguistics Through the Digital Lens: Evidence from Analyses of Russian Mnemonic Verbs / O. A. Suleimanova, I. V. Tivyaeva // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. – 2024. – Vol. 17, No. 5. – P. 847-861.

VERBALIZING INDIVIDUAL MEMORY VIA METONYMIC TRANSFER: A LINGUOCOGNITIVE STUDY

I.V. Tivyaeva
Moscow City University
Russia, tivyaeva@yandex.ru

This article examines a layer of English vocabulary which does not initially possess any semantic connection to individual memory, but under certain contextual conditions takes on meanings associated with mnemonic processes. The study identifies and describes thematic groups of English lexical units that serve as markers of mnemonic processes. Additionally, it analyzes the mechanisms of metonymic transfer that participate in the linguistic representation of memory processes.
Keywords: memory; mnemonic process; mnemonic lexis; metonymy.

УДК 398.23

THE ESSENCE, CONTENT AND CLASSIFICATION OF ANECDOTES AS A LITERARY AND FOLKLORE GENRE

Usanova Mehriniso Abduvahob qizi
Samarkand State Institute of Foreign Languages
Samarkand, Republic of Uzbekistan

This article explores the concept of the anecdote as a concise narrative form in literary studies. It examines the origin and theoretical interpretation of the term, analyzes the essential features of anecdotal content, and presents a classification of anecdotes across different cultures. The research is grounded in classical literary theory and draws upon well-established academic sources. Special attention is given to the communicative, cultural, and pedagogical functions of anecdotes.
Keywords: Anecdote, narrative, literary theory, humor, satire, moral lesson, storytelling, cultural discourse, rhetoric, short prose.

Late in the evening, in a quiet reading hall, a researcher turns the fragile pages of an old book. Suddenly, a short story catches attention — only a few lines long, yet surprisingly meaningful. It is not merely a story, but a reflection of human thought, culture, and wit. Such texts, small in size but deep in meaning, are known as anecdotes.

The word anecdote derives from the Greek anekdota, meaning "unpublished materials." Historically, the term was introduced by Procopius in his work Secret History, where it referred to hidden accounts of political life. Moreover, there are plenty of explanations about appearing of anecdotes, one of them is desccribed as that the term first-

ly used in the title of memoirs of the private lives of the Eastern Roman imperial couple Theodora and Justinian, this work was named as ,,Onions" and was not intended for publication. The Oxford English Dictionary represents several definitions of anecdote term: 1. It is a short amusing, interesting story mostly depicts real incident or experience and this makes anecdote superficial and unreliable. 2. Added to this meaning, anecdote distinguishes from high-quality literature with its more colloquial features. Finally, some German dictionaries do not consider anecdote as any literary value but define as short stories that is usually unathenticated. One of the unique characteristics of anecdotes is that, although they are not extensively studied as a literary genre, they can provide information and historical figures not mentioned in many historically significant works. One such figure is the great Greek philosopher Diogenes, known for delivering harsh truths to Alexander the Great with his humorous remarks. Diogenes himself lived in a barrel, wearing tattered patched clothing. One of his satirical comments is as follows:

Alexander: I am Alexander the Great.

Diogenes: I am Diogenes, the dog.

Alexander: The dog?

Diogenes: I nuzzle the kind, bark at the greedy, and bite louts.

Alexander: What can I do for you?

Diogenes: Stand out of my light.

In modern literary scholarship, anecdote is defined as:

“A short narrative of an interesting or striking incident, often used to illustrate a general point" [1, p.15-16]. This definition emphasizes the illustrative and functional nature of anecdotes. According to another authoritative source:

“An anecdote is a brief narrative focusing on a particular event, frequently revealing character or offering amusement”[2, p.12]. These interpretations confirm that anecdote operates as a compact narrative unit with communicative purpose. Anecdotes serve as a useful tool for understanding how memory is structured in the present. Max van Manen has played a crucial role in integrating anecdotes into qualitative educational research. This specific type of anecdote aims to depict personal experiences as accurately as possible. In today's literature this type of literature mostly created in purpose of entertaining and amusement, it seems better to clarify as not created or written but born in real life situations. The effectiveness of an anecdote lies in its internal structure and semantic depth. Anecdotes rely on minimalism. As noted in narrative theory, economy of expression increases the intensity of meaning. Anecdotes are also short, personal, taken from real life narrative stories that is great tool to connect abstract thoughts and lived experience. In turn, anecdotes help to foster empathy, increase memorability as well as they humanize informations, transforming dry data into narrative stories connect personally with readers. Besides, the role of anecdotes in terms of enhancing memory is vital as they are mostly narrative short story and humorous they might be easily memorised and hardly fogetten than only dry information. However, there is limitation in features of anecdotes, one of them is lack of proof, anecdotal content cannot prove universal truth and cause-effect relations on its own. Despite this, anecdotes can serve as a starting point for scientists to investigate and identify rare behaviours. It should be admitted that anecdotal content has persuasive power due to its emotional appeal. Even when fictional, anecdotes are constructed to appear realistic, enhancing their persuasive power. Wolfgang Mieder highlights that: “Traditional short narratives, including anecdotes, often compress collective wisdom into a few lines”[3, p.23-25]. This indicates that anecdotal meaning is often indirect and interpretative.

Humor functions not only as entertainment but also as a vehicle for criticism and reflection. Anecdotes also can operate as a double-edged sword, they hold up a mirror to a societal flaws and could provoke reflection. Moreover, Anecdotes often reveal personality through a single action or dialogue, making them effective tools of characterization.

In classical Greece, anecdotes about philosophers such as Socrates illustrated ethical and intellectual principles. In Persian and Central Asian literature, anecdotal narratives are closely linked with moral instruction and Sufi philosophy. Michel de Montaigne frequently employed anecdotes in his essays: “I make use of others’ words to better express my own thought”[4, p.172]. This reflects the role of anecdote as supportive evidence in argumentation. In modern contexts, anecdotes are used in education, journalism, and public speaking to enhance clarity and engagement.

Classification of Anecdotes

1. By Purpose

Humorous anecdotes

Moral anecdotes

Historical anecdotes

Satirical anecdotes

2. By Content

Personal anecdotes

Literary anecdotes

Cultural anecdotes

Philosophical anecdotes

3. By Structure

Simple anecdotes

Dialogic anecdotes

Framed anecdotes

Anecdotes vary significantly across cultural contexts. Eastern anecdotes tend to emphasize moral wisdom and symbolic meaning, while Western anecdotes often focus on wit and individuality. Central Asian anecdotal tradition, especially stories associated with Nasreddin Hodja, combines humor with philosophical insight. Anecdotes, as concise stories of intriguing events or persons, provide unique insights into the cultural and social fabric of world nations. They serve as a lens through which we can understand the varied narratives that define a country's identity. Here is a classification of anecdotes based on their thematic essence: Historical Anecdotes: These are tales from the past that often highlight pivotal moments or figures in a nation’s history. For example, George Washington and the cherry tree anecdote in the United States illustrates themes of honesty and integrity. Cultural Anecdotes: Such stories reflect the customs, traditions, and values of a nation. An example is the Japanese tale of the "Red Ogre Who Cried," emphasizing the importance of kindness and friendship. Political Anecdotes: These revolve around political leaders or events, offering insight into governance and statecraft. Winston Churchill's witty retorts are legendary in the United Kingdom, showcasing leadership under pressure. Social Anecdotes: Stories in this category focus on everyday life and societal norms. The Italian tradition of "La Passeggiata," an evening stroll, highlights community and relaxation. Humorous Anecdotes: Humor transcends borders, and many nations have light-hearted stories that capture their unique sense of humor, such as the Irish “Kerryman” jokes that playfully poke fun at regional stereotypes. Each type of anecdote enriches our understanding of world nations, revealing the depth and diversity of human experience. According to Wayne C. Booth: “Narratives persuade not only through logic but through emotional engagement”[5, p.52-53]. Anecdotes serve this

function effectively due to their brevity and relatability. Seymour Chatman further explains: “Even the smallest narrative unit may contain both story and discourse structure”[6, p.19-21]. Thus, anecdotes operate simultaneously on structural and semantic levels. Anecdotes often reflect cultural priorities. For instance, Japanese anecdotes might focus on harmony and collective well-being, emphasizing community over individual desires. In contrast, American anecdotes might celebrate individualism and personal achievement. Many anecdotes are rooted in historical events unique to each nation. Russian anecdotes often feature themes of endurance and resilience, shaped by the country's turbulent history, whereas British anecdotes might carry elements of wit and irony, reflecting a long tradition of humor. The structure of society influences anecdotal themes. Indian anecdotes, for example, often highlight themes of family and social hierarchy, mirroring its collectivist culture. Meanwhile, Swedish anecdotes may emphasize equality and consensus, reflecting their social democratic values. Humor varies widely across cultures. French anecdotes might include sophisticated wordplay, while Brazilian anecdotes could feature lively, playful narratives reflecting their vibrant lifestyle. In many cultures, anecdotes carry moral lessons. Chinese anecdotes might convey Confucian values like respect and duty, while Native American anecdotes often emphasize harmony with nature. These differences highlight how anecdotes serve as a mirror to the distinct values, history, and social dynamics of each nation, offering a fascinating glimpse into the diverse human experience.

The anecdote represents a unique synthesis of brevity and meaning. It functions as both a literary form and a communicative tool, capable of conveying complex ideas through simple narratives. Its continued relevance across cultures and historical periods demonstrates its enduring significance in human expression. Furthermore, anecdotes are more than just entertaining, they provide transmission values, beliefs and lessons across generations. Whether told around a family dinner table or in public speech, anecdotes have significant influence on the audience as they evoke emotions and provoke thoughts. Through anecdotes, it is possible to be reminded of shared humanity and timeless art of storytelling.

REFERENCES

1. Abrams, M. H. A Glossary of Literary Terms. 11th ed., //Boston: Cengage Learning, 2015, p. 15–16.
2. Baldick, C. The Oxford Dictionary of Literary Terms. 4th ed.,// Oxford University Press, 2015, p. 12.
3. Mieder, W. Proverbs: A Handbook. //Greenwood Press, 2004, p. 23–25.
4. Montaigne, M. de. Essays.// Penguin Classics, 1993, Book I, Chapter 26, p. 172.
5. Booth, W. C. The Rhetoric of Fiction.// University of Chicago Press, 1983, p. 52–53.
6. Chatman, S. Story and Discourse. //Cornell University Press, 1978, p. 19–21.

СУЩНОСТЬ, СОДЕРЖАНИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ АНЕКДОТОВ КАК ЛИТЕРАТУРНО-ФОЛЬКЛОРНОГО ЖАНРА

Усанова Мехринисо Абдувахоб кызи
Самаркандский государственный институт иностранных языков Республики Узбекистан

Эта статья исследует концепцию анекдота как краткой повествовательной формы в литературоведении. Рассматривается происхождение и теоретическое толкование термина, анализируются основные особенности анекдотического содержания, и представляется классификация анекдотов в разных культурах. Исследование основывается на классической литературной теории и опирается на хорошо зарекомендовавшие себя академиче-

ские источники. Особое внимание уделяется коммуникативным, культурным и педагогическим функциям анекдотов.

Ключевые слова: Анекдот, повествование, литературная теория, юмор, сатира, нравоучение, рассказывание историй, культурный дискурс, риторика, короткая проза.

УДК 81.42+ 811.111'27

ВЫРАЖЕНИЕ ПРАГМАТИЧЕСКИХ КОНЦЕПЦИЙ В АНГЛИЙСКИХ АНЕКДОТАХ

Усанова Мехринисо Абдувахоб кызи
Самаркандский государственный институт иностранных языков
Самарканд, Узбекистан
usanovamekhriniso@gmail.com

Статья фокусируется на прагматических особенностях, которые встречаются в английских анекдотах, подчеркивая, как эти нарративы представляют более глубокие значения и социальные нюансы. Anekdoty часто используются в повседневных взаимодействиях и литературе, служа средством достижения прагматического понимания, выражая культурные концепты, намерения говорящего и интерпретации слушателя. Через качественный анализ исследование выявляет основные прагматические особенности, присутствующие в выбранных английских анекдотах, отражая их значение в значимой коммуникации.

Ключевые слова: прагматика, анекдоты, коммуникация, скрытое значение, контекстуальное значение, намерение говорящего, интерпретация слушателя.

Introduction. Anecdotes are expressed as narrative, engaging stories that are often derived from real-life incidents or experiences. They serve not only as entertainment but also as powerful tools for communication and criticism in various contexts, from daily conversations to formal speeches as well as literary works. The essence of anecdotes lies in their feature that conveys complex pragmatic meanings that extend far beyond their surface levels. This work explores the pragmatic concepts embedded in English entertaining narratives, focusing on how they reveal cultural perceptions, Intentionality and Acceptability of the anecdotes.

“Pragmatics, as a branch of linguistics, is focused on the context-dependent aspects of meaning. It encompasses how people comprehend spoken or written language in its social context, where not only what is said matters but also how it is said, by whom, and under what circumstances” [1, p. 21]. Moreover, pragmatics studies the way texts and phrases are used in the speech process and the meanings they convey in different contexts. These meanings may differ from the general lexical meanings of the words and phrases. In many cases, they can be used to express apologies, make requests, or convey politeness in relation to the speaker's intended purpose. Thus, it can be concluded that pragmatics studies the speaker's internal intentions, the listener's level of understanding, and the internal rules of society. An example of the applications of pragmatics is its use in indirect rather than direct address. For instance, the statement “The room is very warm” can serve as an indication to take an action, such as “Open the window.”

Anecdotes, due to their narrative structure and personal nature, provide ripe examples for analyzing these pragmatic concepts. “Anecdotes play several roles in communication. They can illustrate points, provide evidence for arguments, or simply entertain. The capacity of anecdotes to convey pragmatic meaning is heavily influenced by cultural context, speaker-audience relationships, and the situational context in which they are

shared" [2, p. 354]. Furthermore, anecdotes can serve as the main tool to build close emotional connection between the speaker and the audience by sharing real life taken experiences. Also, anecdotes can be utilized to persuade or convince the audience with its extreme examples to sway opinions.

Literature review. Understanding the context in which anecdotes are shared is essential for comprehending their pragmatic implications. For example, in English-speaking societies, humor often serves as a social lubricant, making anecdotes a popular choice for simplifying situations or fostering connections. "The cultural underpinnings inform how anecdotes are constructed and interpreted. In a professional setting, a manager might share an anecdote about a past error to create a relatable atmosphere and encourage open dialogue among team members. The implicit messages about vulnerability and learning from mistakes hinge on the shared understanding within that specific context" [3, p. 155]. Thus, analyzing the context reveals much about the intended impact of the anecdote.

Speaker Intentions and Audience Interpretation is significantly depended to the situation as the speaker uses these short, narrative stories to achieve their implicit goal such as persuading, entertaining or criticisizing but the interpretation of the listeners is highly related to some aspects ranging from their social background and knowledge to the emotional engagement. "The success of an anecdote often depends on the shared knowledge between the speaker and the audience. A speaker craftily embeds intentions within the narrative structure of their anecdote. For instance, while a speaker may share a humorous story about a personal mishap, their intention could be to highlight resilience and adaptability rather than merely entertain" [4, p. 17]. Grasping the meaning by the audience becomes vital. Because, if listeners comprehend the underlying meaning while being entertained, the anecdote achieves its communicative aim. Conversely, if they misinterpret the aim or intent, the anecdote may fall flat or even might cause to misunderstandings.

It is possible to identify that several pragmatic features consistently appear in English anecdotes that have valuable functions: One of them is implicature that refers to the meanings that are implied but not explicitly stated in communication. "In anecdotal narratives, speakers often allude to broader themes or messages, leaving gaps for audiences to fill in. A classic example might involve a speaker mentioning a chaotic dinner party, leading the audience to infer not only the humorous chaos but also potential critiques of social gatherings or personal relationships" [5, p.45].

"Anecdotes can also function as speech acts, conveying actions through the narrative itself" [6, p. 20]. The performance feature of storytelling is crucial; for instance, narrating an embarrassing moment during a talk may serve to elicit empathy, lead to laughter. The story becomes an act of communication-a way to connect with the help of shared human experiences. Furthermore, the speech act theory believes that language can enact behaviors, with anecdotes functioning as a medium to perform apologies, offers, or requests.

Politeness theories, such as those proposed by Brown and Levinson [7, p. 61], reflects how speakers can direct social relationships through language. In the text of anecdotes, speakers often demonstrate politeness and social harmony. For example, a speaker might narrate their faults while expressing a relatable mistake made by someone else. This strategy can ease tough, potential criticism and create a more agreeable atmosphere.

Methodological review. This study employs a qualitative analysis approach to identify the main pragmatic features present in selected English anecdotes. The methodology consists of the following steps:

Corpus selection: The authors selected English anecdotes from everyday interactions, literature, and public discourse. Specific examples are drawn from comedic anecdotes (e.g., public speaking events) and reflective anecdotes (e.g., classroom settings).

Analytical framework: The analysis is guided by key pragmatic concepts including:

Implicature (meanings implied but not explicitly stated)

Speech act theory (language as behavior)

Politeness theory (Brown & Levinson)

Speaker intention and audience interpretation

Contextual meaning (cultural, social, and situational context)

Procedure: Each anecdote was examined for:

Surface-level narrative content

Underlying pragmatic meanings

The relationship between speaker intention and listener interpretation

Cultural and contextual dependencies

Results: тhe qualitative analysis yielded the following results regarding the expression of pragmatic concepts in English anecdotes:

For instance, a speaker may ask, A. “Do you like your new boss?”

B. “Yes, he has very nice and comfortable office”.

Implicature. No, I do not like my new boss.

In this case, B is ignoring the direct question about personality and focusing on irrelevant details.

Anecdote:

Last summer, I attended a family reunion where everyone was excited to see my cousin, Lara, who has a knack for telling funny stories. During dinner, someone asked her about her recent trip to Europe. “Oh, it was amazing,” Lara began. “I visited Paris, but you wouldn’t believe how many times I got lost. I even accidentally ended up in a mime's performance!”. Everyone laughed, and then my aunt chimed in, “So, you were just a part of the show?” Lara grinned and replied, “Well, I didn’t have much choice. When you're trapped in a silent performance, you can't really tell the mime to let you go!”

In this story, Lara’s comment about being “trapped in a silent performance” carries an implicature. While on the surface, she’s humorously recounting her experience, the underlying implication is that getting lost in a foreign city can leave someone feeling confused and helpless. Additionally, her playful tone suggests a light-hearted perspective on an otherwise frustrating situation, indicating that it's okay to find humor in mistakes. The relatives of her understand that although the general meaning is about her experience with mimes, the underlying meaning of the case (feeling lost and overwhelmed) gives additional depth and a positive attitude to her story. This is a real sample for underlying meanings based on situation, tone, and shared experiences. Such implicatures enrich the literary work, providing listeners with deeper meanings. In order to give additional pragmatic nuances in English anecdotes, the following several examples drawn from literature and public discourse.

Example 1: The Comedic Anecdote

In a public speaking event, a speaker recounts a humorous incident where they accidentally attended a meeting meant for a different department. Here, the anecdote serves a dual function: it entertains while simultaneously conveying a message about work-

place awareness and adaptability. The audience's laughter signals their engagement and understanding of the underlying implications [8, p. 24].

Example 2: The Reflective Anecdote

In a classroom, a professor shares a personal story of failure as a student to illustrate the lesson of perseverance and growth. This reflective anecdote resonates with students, allowing them to feel a sense of connection and encouragement in their academic journeys. The intended message of resilience is thus effectively communicated through a relatable narrative [9, p. 102].

1. Implicature as a dominant pragmatic feature

The analysis of the family reunion anecdote demonstrates that implicature enriches anecdotal narratives. In the story where Lara describes getting lost in Paris and ending up in a mime's performance, her comment about being "trapped in a silent performance" carries an underlying implication: getting lost in a foreign city can leave someone feeling confused and helpless. Her playful tone suggests a light-hearted perspective on an otherwise frustrating situation, indicating that it is acceptable to find humor in mistakes. The relatives understand that although the surface meaning is about her experience with mimes, the underlying meaning (feeling lost and overwhelmed) gives additional depth and a positive attitude to her story.

2. Dual functions of comedic anecdotes

In Example 1 (public speaking event), a speaker recounts a humorous incident of accidentally attending a meeting meant for a different department. The anecdote serves a dual function: it entertains while simultaneously conveying a message about workplace awareness and adaptability. The audience’s laughter signals their engagement and understanding of the underlying implications [8, p. 24].

3. Relational and persuasive functions of reflective anecdotes

In Example 2 (classroom setting), a professor shares a personal story of failure as a student to illustrate the lesson of perseverance and growth. This reflective anecdote resonates with students, allowing them to feel a sense of connection and encouragement in their academic journeys. The intended message of resilience is thus effectively communicated through a relatable narrative [9, p. 102].

4. Pragmatic features identified

The study identifies the following pragmatic features consistently present in English anecdotes:

Implicature (implied meanings beyond literal statements)

Speech acts (narratives performing actions such as connecting, persuading, or criticizing)

Politeness strategies (maintaining social harmony through self-deprecation or indirect critique)

Context dependency (meaning shaped by cultural, professional, or relational context)

Shared knowledge utilization (success depends on common ground between speaker and audience)

5. The role of indirectness

The example dialogue about a new boss (“Yes, he has very nice and comfortable office”) illustrates how pragmatic indirectness functions: the speaker ignores the direct question about personality and focuses on irrelevant details, implying a negative evaluation without stating it explicitly.

Conclusion: Anecdotes convey pragmatic meaning through implicature, allowing speakers to communicate complex ideas indirectly while engaging audiences. The study of pragmatic features in English anecdotes demonstrates their multifaceted roles in lin-

guistics. By dissecting the information, Intentionaltiy and Acceptability of anecdotes, we uncover the rich layers of meaning that this type of narrative works possess. These stories are not only means for entertainment but also serve as a bridge to convey deeper social concepts and fostering connections among speakers and listeners. An understanding of the pragmatic dimensions of anecdotes enhances our communicative approach, enabling us to craft meaningful narratives that resonate with our audiences. Future research could extend this analysis to cross-cultural comparisons of anecdotal pragmatics or to the role of digital media in transforming anecdotal communication.

REFERENCES

1. Brown P., Levinson S. C. Politeness: Some Universals in Language Usage. -Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – 345 p.

2. Dewey J. Experience and Education // Kappa Delta Pi Lecture series, 1938. – 91 p.

3. Drew P., Holt. E. Figures of Speech: Do Serious Speakers Use Figurative Language? In A. B. Freed, S. S. Ehlich (Eds.), Language in the Real World // Oxford University Press, 1998. - P.155-176.

4. Feldman G. Humor, Laughter, and the Body: An Interdisciplinary Approach to a Great Unifying Force // Journal of Humor Research, 2012. -P.19-39.

5. Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. - New York: Peter Smith Pub Inc, 1999. – 259 p.

6. Grice H. P. Logic and Conversation. In P. Cole, J. L. Morgan (Eds.) // Syntax and Semantics, vol.3. Speech Acts (New York, Academic Press). – P.41-58.

7. Labov, W. The Transformation of Experience in Narrative Syntax // Language in the Inner City. – Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, 1972. - 412 p.

8. Levinson S. C. Pragmatics. – Cambridge: Cambridge University Press, 1983. - 417 p.

9. Searle J. R. Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language. -New York: Cambridge University Press, 1969. – 102 p.

THE EXPRESSION OF PRAGMATIC CONCEPTS IN ENGLISH ANECDOTES

A.A. Shermatov, M.A. Usanova

Samarkand State Institute of Foreign Languages

Samarkand, Republic of Uzbekistan

Article focuses on the pragmatic features that are found within English anecdotes, highlighting how these narratives represent deeper meanings and social nuances. Anecdotes are often used in everyday interactions and literature, serving as a means to achieve pragmatic understanding by expressing cultural concepts, speaker intentions, and listener interpretations. Through qualitative analysis, the study identifies the main pragmatic features present in selected English anecdotes, reflecting their significance in meaningful communication.

Keywords: Pragmatics, anecdotes, communication, underlying meaning, contextual meaning, speaker intention, listener interpretation.

УДК 81-23

ПЕРЕВОРОТЫ И ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА: МЕДИЙНЫЙ ВЗГЛЯД НА ТУРЦИЮ ПОСЛЕ 1960 ГОДА (АНАЛИЗ ТУРЕЦКОЙ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ)

А.М. Фатыхова
Казанский (Приволжский) федеральный университет
Казань, Россия, afatyhowa@gmail.com

Статья посвящена дискурс-анализу медийного освещения переворота 27 мая 1960 года в Турции и его роли в формировании общественного восприятия власти. Рассматриваются публикации ведущих турецких периодических изданий *(Cumhuriyet, Milliyet, Hürriyet, Akis*), отражающие различные стратегии репрезентации военного вмешательства и Демократической партии. Особое внимание уделяется языковым и нарративным механизмам конструирования легитимности политического переворота и формированию имиджа государства в медиадискурсе. Исследование демонстрирует взаимодействие средств массовой информации и общественного мнения в условиях политической трансформации.

Ключевые слова: Турция; переворот 1960 года; медиадискурс; дискурс-анализ; общественное восприятие; имидж государства.

Изучение медийного освещения политических переворотов является ключевым для понимания процессов формирования государственного имиджа и общественного восприятия власти. Переворот 27 мая 1960 года в Турции стал первым в современной истории страны и продемонстрировал, как средства массовой информации могут активно конструировать легитимность новой власти и влиять на общественное мнение. Анализ публикаций газет и журналов того времени, таких как *Cumhuriyet*, *Milliyet*, *Hürriyet* и *Akis*, позволяет выявить механизмы медийного воздействия на восприятие военного вмешательства, а также соотношение пропагандистских и оппозиционных сообщений.

Актуальность исследования обусловлена также необходимостью изучения роли прессы в формировании политической культуры и национального имиджа государства, особенно в условиях радикальных политических изменений. Полученные данные могут быть использованы для сравнительного анализа современного медийного влияния на общественное мнение в тюркских государствах, а также для разработки стратегий медиа-анализа и информационной политики в условиях политических кризисов.

Для достижения поставленных целей и задач использовались методы классификации, обобщения, когнитивно-семантического моделирования, количественной обработки данных, компонентного анализа, стилистического анализа, наблюдение и сравнение.

В 1946 году Народно-республиканская партия (НРП) завершила период однопартийного правления, инициировав создание Демократической партии (ДП) под руководством Аднана Мендереса и Джелала Баяра [1, с. 217]. Всеобщие выборы 1950 года стали первыми свободными и конкурентными выборами в истории Турецкой Республики, отражая стремление общества к политическим переменам. Победа ДП положила начало новому десятилетнему этапу в политической истории страны, характеризующемуся сменой правящей партии и формированием альтернативных политических институтов [2, p. 26].

Тем не менее, последующие электоральные успехи ДП и тенденции к авторитаризации власти способствовали внутренней политической нестабильности. Со-

циально-экономическая политика правительства обеспечила победы на выборах 1954 и 1957 годов, однако с 1954 года наблюдались ограничения свободы прессы [3, s. 207] и ужесточение контроля над деятельностью оппозиционных партий. В 1957 году законодательные меры ограничили выдвижение альтернативных политических списков, что обеспечило сохранение власти ДП, несмотря на снижение общественной поддержки [4, p. 445].

Экономические трудности, включая девальвацию турецкой лиры [5, с. 206] и рост цен на предметы первой необходимости, усилили социальное недовольство. Дополнительно обострились конфликты, проявившиеся в антигреческих волнениях в Стамбуле в сентябре 1955 года, а также в массовых протестных акциях студентов и преподавателей высших учебных заведений в 1956–1958 годах [6, p. 113]. Эти события создали условия для вмешательства вооружённых сил. Первый военный переворот в современной истории Турции состоялся 27 мая 1960 года. Военные свергли правительство ДП, а президент Джелал Баяр и премьер-министр Аднан Мендерес были арестованы и впоследствии приговорены к смертной казни [6, p. 113]. В результате переворота было сформировано новое руководство под руководством генерала Джемаля Гюрселя, которое декларировало целью восстановления демократических институтов и обеспечения справедливого управления государством. Переворот оказал значительное влияние на политическую, экономическую и социальную системы Турции, а также стимулировал рост интереса к роли средств массовой информации в общественной и политической жизни страны.

Уже 27 мая, в день переворота, было замечено, что газеты поддержали смену власти при участии армии [7, с. 32]. Восторг и радость от случившегося выражались не только в статьях, но и заголовками, указывающими на положительную реакцию со стороны редакторов [8, s. 317]. Публикации, связанные с переворотом и декларациями хунты, печатались большими и красочными шрифтами. В газетах были выделены специальные страницы для выражения поддержки со стороны читателей. *Cumhuriyet, Dünya, Hürriyet, Milliyet, Vatan* и *Yeni Sabah* написали совместное обращение к новой власти и высказали бесконечную благодарность за освобождение турецкой прессы. Сразу после этого они добавили свои пожелания о распределении бумаги и официальной рекламе [8, s. 317]. 1 июня было опубликовано уведомление, в котором владельцы газет и члены редакции пообещали, что воздержаться от всех видов вредных публикаций [8, s. 317]. Одновременно с этим, прогосударственные газеты вели пропаганду против Демократической партии, публикуя нелепые и абсурдные новости о свергнутом правительстве, в чем новая верхушка им никак не препятствовала [9, s. 84]. Было ясно, что газеты, которые в свое время потерпели огромные убытки в следствии принятого закона о размещении рекламы, сразу же после переворота начали нападать на бывшую ведущую партию страны [10, s. 109]. Стоит отметить то, что издания, имеющие какое-либо отношение к НРП, более активно пропагандировали смену власти в положительном свете. В ежемесячном журнале *Gaziantep Culture* публиковались новости и статьи, позитивно оценивающие вмешательство военных в политические дела. Например, на второй странице июньского номера под заголовком «Обращение нашего президента к молодежи» была опубликована речь Джемаля Гюрселя, переданная по радио, на последней странице была размещена статья «Весть о конце Первой республики вызвала большое волнение и демонстрации радости в Газиантепе» [11, s. 1215].

Особое внимание стоит уделить обложкам еженедельного журнала *Akis,* где публиковались новости, комментарии и статьи о событиях внутренней и внешней политики, экономике, искусстве, моде, женщинах и спорте за 7 дней. Его популярность была обусловлена дизайном аналогичным американскому журналу *Time*, которой предполагал размещение на обложке фотографии человека. На обложке *Akis*, опубликованной через 3 дня после переворота 27 мая, была размещена перечеркнутая фотография Мендереса, а также были использованы выражения «Бывший премьер-министр» [12, s. 1]. и «Что посеешь, то и пожнёшь» [13, s. 1]. В номере от 5 июня 1960 года была использована фотография Джемаля Гюрселя, совершившего переворот, с подписью «Национальный герой» [14, s. 1]. В номере от 7 сентября нарисована дверь с табличкой «ДП», закрытая на замок, и надпись «Конец вечеринки» [15, s. 1]. В номере от 21 октября фотографии Баяра и Мендереса на скамье подсудимых были помещены рядом, с использованием выражений «они нашли свое место» и «преступники» [16, s. 1]. Таким образом, анализ обложек журнала *Akis* за 1960 год показывает, что визуальные и текстовые элементы издания активно участвовали в формировании негативного образа свергнутого руководства Демократической партии и одновременно способствовали героизации лидеров военного переворота. Использование символических изображений, выразительных заголовков и оценочной лексики позволяло не только передавать информацию о политических событиях, но и формировать определённое общественное восприятие происходящего.

«Героическая турецкая армия захватила администрацию всей страны прошлой ночью» – гласил заголовок *Cumhuriyet* 27 мая 1960 г. [17, s. 1]. В номере от 28 мая была опубликована статья «Благодарность молодежи вооруженным силам», в которой свою признательность армии и военному перевороту выражала Национальная организация Турецкой молодежи [18, s. 1]. Надир Нади, редактор газеты, призвал граждан поддержать военных: «Давайте доверять нашей героической армии, которая взяла на себя необычайную ответственность за мир на нашей родине» [19, s. 1]. Бурхан Фелек, другой редактор, тоже советовал выказать поддержку инициаторам переворота: «В эти исторические и важные дни обязанность всех нас состоит в том, чтобы помочь нашей армии, которая является символом закона, и порядка» [20, s. 2]. 29 мая на главной странице появилась фотография людей, вышедших на улицу с флагами Турции с подписью «Вчера в Анкаре люди громко аплодировали Армии» [21, s. 1]. В номере от 30 мая на первой странице снизу был расположен рисунок трех поднятых рук, каждая из которых отвечала за определенный государственный институт – прессу, армию и университеты. Сверху была расположена надпись «Хватит!», а снизу «Слово принадлежит Нации!» [22, s. 1]. Эта публикация была символом поддержки военных как со стороны печатных изданий, так и со стороны университетов, ведь согласно картинке, все они преследовали одинаковые цели. Газета *Hürriyet* встретила переворот 1960 года заголовком «Турецкая армия при исполнении своих обязанностей» [23, s. 1]. В номере от 27 мая вышла новость «Радость праздника: Стамбул, украшенный флагами», где писалось о том, что люди были настолько счастливы, что праздновали переворот как торжество на улицах [24, s. 1]. Журналист Тахсин Озтин писал в своей статье: «Славная армия, которая является охранником нашего мира, революции и родины, добавила новую золотую страницу в турецкую историю. Мир аплодирует турецкой нации от имени генерала Гюрселя» [8, s. 319]. В другом номере Озтин вновь выказал поддержку военной верхушке страны: «27 мая турецкая армия выполнила одну из самых священных обязанностей» [8, s. 319]. Эмин

Каракуш в своей статье заявил, что люди вышли на улицы с удовольствием и волнением, когда 27 мая утром их кошмар закончился [8, s. 319].

Газета *Milliyet* на следующий день после переворота пестрила такими заголовками, как «Парламент закрыт» [25, s. 1], «Политическая деятельность останавливается до тех пор, пока не будут выпущены новая конституция» [26, s. 1], «Заключенные в тюрьму журналисты, чиновники и студенты были освобождены» [27, s. 1], «Гюрсель: я не буду диктатором» [28, s. 1]. В номере от 28 мая была опубликована статья «То же самое происходит и в зарубежных странах», в которой свою радость и одобрение перевороту передавали турки, живущие заграницей (Кипр, Париж, Корея, Лондон, Вашингтон) [29, s. 3]. В последующие дни также была выпущена статья под названием «Это не революция» [30, s. 1]. В ней указывалось, что иностранная пресса описывала турецкую смену власти как «изящный переворот» и «переворот джентльменов» [31, s. 1]. Рефи Джеват Улунай, один из редакторов, в том числе высказал положительную оценку переворота: «Армия защищает нас от не только внешних врагов, но и от самих себя. Мы должны с благодарностью целовать их руки» [32, s. 3]. Кроме статьи турецких авторов газета также публиковала поддерживающие комментарии иностранных государств, которые было собраны в одну публикацию под заголовком «Это то, как выглядит революция» [33, s. 1].

Несмотря на относительно спокойную атмосферу в стране в первые дни, которое обеспечивалось гуманными способами решения возникшей ситуации, вскоре недовольство отдельных слоев населения начало просачиваться в СМИ. Религиозные деятели и сторонники Демократической партии, некоторая часть жителей в селах Этебек, Йени Бейлербейи и Гюгедже выразили свое недовольство относительно военного вмешательства [34, s. 1]. Хотя эти замечания не были открытой критикой, даже такие слабые и неявные комментарии не остались без внимания военной верхушки, и сторонники ДП были наказаны. Например, Фаик Мухсиноглу, один из ведущих членов Демократической партии Газиантепа, написал статьи, опубликованные, в частности, в газете *Yeni Ülkü*, где указал, что период Демократической партии и существующий период не отличаются друг от друга [11, s. 1220]. Эти диссидентские статьи привели к аресту Фаика Мухсиноглу и к закрытию газеты, которая демонстрировала оппозиционную позицию [34, s. 231]. При сравнении отчетливо видно, что доля позитивных новостей в СМИ была намного больше. Хотя негативная реакция и присутствовала в обществе, ее размеры были незначительны. В целом, у турецкого народа складывалось положительное мнение относительно переворота, а против выражений недовольства принимались санкционные меры. По этой же причине газета *Demokrata Güven* должна была удалить слово «Demokrata» из своего названия, а газета *Demokrat Sesi* и вовсе прекратить свое издание [34, s. 228].

Анализ медийного освещения переворота 27 мая 1960 года демонстрирует, что турецкие средства массовой информации играли ключевую роль в формировании положительного общественного восприятия смены власти. Уже в первые дни после переворота газеты и журналы активно поддерживали действия военных, используя крупный шрифт, специальные страницы для выражения поддержки читателей и яркие визуальные элементы, а также публикуя речи генерала Джемаля Гюрселя и позитивные комментарии общественных организаций. Прогосударственные издания, включая *Cumhuriyet*, *Milliyet*, *Hürriyet* и еженедельник *Akis*, демонстрировали явную пропагандистскую линию против Демократической партии

и акцентировали заслуги новой власти, что подтверждает роль СМИ в укреплении легитимности переворота.

В то же время отмечались отдельные проявления недовольства со стороны сторонников Демократической партии и религиозных общин, чьи публикации, выражавшие критику, немедленно подвергались цензуре и репрессиям. Однако подобные реакции были эпизодическими и не оказывали значимого влияния на общий медийный нарратив. Преобладание позитивного освещения и санкции против оппозиционных публикаций формировали у населения впечатление широкой общественной поддержки переворота, демонстрируя, как средства массовой информации могут активно способствовать конструированию легитимности политических изменений.

Таким образом, случай турецкого переворота 1960 года является ярким примером того, как СМИ могут выступать не только каналом информации, но и инструментом формирования государственного имиджа, а также управления общественным мнением в условиях политических трансформаций. Проведённый анализ показывает, что турецкая периодическая печать активно участвовала в конструировании интерпретации событий, формируя различные модели легитимации военного вмешательства и переосмысления роли политических акторов. Это подтверждает ключевую роль медиадискурса в процессах политической коммуникации и демонстрирует, что в условиях кризисных ситуаций именно язык СМИ становится одним из основных механизмов закрепления общественно значимых смыслов и образов власти.

Теоретическая значимость исследования заключается в расширении представлений о механизмах формирования политического медиадискурса и роли языка в конструировании легитимности власти. Практическая значимость состоит в возможности использования полученных результатов при анализе современных медийных стратегий, а также в преподавании курсов по дискурс-анализу, политической лингвистике и теории коммуникации. Перспективы дальнейших исследований связаны с расширением корпуса источников, сравнительным анализом зарубежных и турецких медиа, а также изучением трансформации нарративов о военных переворотах в более поздние исторические периоды.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Гасратян М. А., Орешкова С. Ф., Петросян Ю. А. Очерки истории Турции. – М.: Наука, 1983. – 292 с. – URL: https://djvu.online/file/KeZ6pIlh6xl9i (дата обращения: 10.05.2026)

2. Vanderclute B. A. Democracy by Coup: The Turkish Government Under Military Control 1980–1983. – Kansas: Fort Leavenworth, 1984. – 173 p. – URL: https://archive.org/details/DTIC_ADA146860 (дата обращения: 10.05.2026)

3. Bulunmaz B. Türk basın tarihi içerisinde Demokrat Parti dönemi ve sansür uygulamaları // Öneri Dergisi. – 2012. – № 10(37). – S. 203–214. – URL: https://goo-gl.ink/kakfq (дата обращения: 10.05.2026)

4. Harris G. The Causes of the 1960 Revolution in Turkey // Middle East Journal. – 1970. – Vol. 24, No. 4. – P. 438–454. – URL: https://www.jstor.org/stable/4324643 (дата обращения: 10.05.2026)

5. Товсултанова М. Ш., Товсултанов Р. А., Галимова Л. Н. Военный переворот в Турции 27 мая 1960 года: предпосылки, движущие силы и последствия // Самарский научный вестник. – 2020. – № 1(30). – С. 205–209. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/voennyy-perevorot-v-turtsii-27-maya-1960-goda-predposylki-dvizhuschie-sily-i-posledstviya/viewer (дата обращения: 10.05.2026)

6. Gunn C. The 1960 Coup in Turkey: A U.S. Intelligence Failure or a Successful Intervention // Journal of Cold War Studies. – 2015. – Vol. 17, No. 2. – P. 103–139. – URL: https://www.academia.edu/4588581/_The_1960_Coup_in_Turkey_A_U_S_Intelligence_Failure_or_a_Successful_Intervention_Journal_of_Cold_War_Studies_Vol_17_No_2_Spring_2015_103_139 (дата обращения: 10.05.2026)

7. Шлыков П. В. Военная элита в политической системе Турецкой республики // Элиты стран Востока. – 2012. – № 11. – С. 16–23. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/voennaya-elita-i-politicheskaya-vlast-v-turtsii-2000-h-godov-smena-paradigmy/viewer (дата обращения: 10.05.2026)

8. Küçüközyiğit U. The Days of the Coups: A Discourse Analysis of Turkish Newspapers' Approach to Military Coups // The Journal of Social Science. – 2016. – № 9. – P. 314–331. – URL: https://clck.ru/34JmiF (дата обращения: 10.05.2026)

9. Erkanlı O. Anılar, sorunlar, sorumlular. – İstanbul: Baha Matbaası, 1972. – 406 s. – URL: https://www.pandora.com.tr/kitap/anilar-sorunlar-sorumlular-27-mayis-1960-12-mart-1971-turkiyesi/60867 (дата обращения: 10.05.2026)

10. Tek H. Darbeler ve Türk basını. – İstanbul: Divit Basımevi, 2006. – 250 s. – URL: https://www.kitapyurdu.com/kitap/darbeler-ve-turk-basini/94570.html (дата обращения: 10.05.2026)

11. Gaziantep'in Kurtuluşu'nun 100. Yılında Mîsâk-ı Millî ve Güney Hattı / ed. H. I. Yakar, A. Satan, S. Hatipoğlu, S. Saygın. – Gaziantep: Gazikültür Yayınları, 2022. – 1688 s. – URL: https://www.gazikulturas.com/wp-content/uploads/2022/12/100.-Yilinda-Gaziantep-07.12.2022_compressed.pdf (дата обращения: 10.05.2026)

12. Erozan B., Güperi K. A. Anadolu'da 27 Mayıs: Bursa, Erzurum, Gaziantep (1960–61) // ODTÜ Gelişme Dergisi. – 2013. – Vol. 40. – P. 209–238. – URL: http://www2.feas.metu.edu.tr/metusd/ojs/index.php/metusd/article/view/657 (дата обращения: 10.05.2026)

13. Sabık Başbakan // Akis. – 30.05.1960. – № 301. – S. 1. – URL: http://www.inonuvakfi.com/akis/1960_301.pdf (дата обращения: 10.05.2026)

14. Eden bulur // Akis. – 30.05.1960. – № 301. – S. 1. – URL: http://www.inonuvakfi.com/akis/1960_301.pdf (дата обращения: 10.05.2026)

15. Milli kahraman // Akis. – 20.07.1960. – № 309. – S. 1. – URL: http://www.inonuvakfi.com/akis/1960_309.pdf (дата обращения: 10.05.2026)

16. Bir partinin sonu // Akis. – 07.09.1960. – № 316. – S. 1. – URL: http://www.inonuvakfi.com/akis/1960_316.pdf (дата обращения: 10.05.2026)

17. Yerlerini buldular. Suçlular // Akis. – 21.10.1960. – № 323. – S. 1. – URL: http://www.inonuvakfi.com/akis/1960_323.pdf (дата обращения: 10.05.2026)

18. Kahraman Türk Ordusu Bütün Memlekette Dün Gece Sabaha Karşı İdareyi Ele Aldı // Cumhuriyet. – 1960. – 27 Mayıs. – № 12866. – S. 1. – URL: https://egazete.cumhuriyet.com.tr/katalog/192/1960/5/27/1 (дата обращения: 10.05.2026)

19. Gençliğin Silahı Kuvvetlere Teşekkürü // Cumhuriyet. – 1960. – 28 Mayıs. – № 12867. – S. 1. – URL: https://egazete.cumhuriyet.com.tr/katalog/192/1960/5/28/1 (дата обращения: 10.05.2026)

20. Nadi N. Dönüm noktası // Cumhuriyet. – 1960. – 28 Mayıs. – № 12867. – S. 1. – URL: https://egazete.cumhuriyet.com.tr/katalog/192/1960/5/28/1 (дата обращения: 10.05.2026)

21. Felek B. Vazifemiz // Cumhuriyet. – 1960. – 28 Mayıs. – № 12867. – S. 2. – URL: https://egazete.cumhuriyet.com.tr/katalog/192/1960/5/28/1 (дата обращения: 10.05.2026)

22. Ankara'da Halk Dün Ordu Lehinde Büyük Tezahürat Yaptı // Cumhuriyet. – 1960. – 29 Mayıs. – № 12868. – S. 1. – URL: https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1960-05-29/0 (дата обращения: 10.05.2026)

23. Söz Milletindir! // Cumhuriyet. – 1960. – 30 Mayıs. – № 12869. – S. 1. – URL: https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1960-05-30/0 (дата обращения: 10.05.2026)

24. Türk Ordusu Vazife Başında // Hürriyet. – 1960. – 27 Mayıs. – S. 1. – URL: https://pin.it/1sTsXHU (дата обращения: 10.05.2026)

25. Bayram sevinci İstanbul bayraklarla donandı // Hürriyet. – 1960. – 27 Mayıs. – S. 1. – URL: https://pin.it/1sTsXHU (дата обращения: 10.05.2026)
26. Meclis Feshedildi // Milliyet. – 1960. – 28 Mayıs. – S. 1. – URL: http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/GununYayinlari/rzfdb2ryyx9b1oU9_x2F_M1xmw_x3D__x3D_ (дата обращения: 10.05.2026)
27. Yeni Anayasa hazırlanana kadar siyasi faaliyet durdu // Milliyet. – 1960. – 28 Mayıs. – S. 1. – URL: http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/GununYayinlari/rzfdb2ryyx9b1oU9_x2F_M1xmw_x3D__x3D_ (дата обращения: 10.05.2026)
28. Hapisteki gazeteciler, subaylar ve talebeler tahliye olunuyor // Milliyet. – 1960. – 28 Mayıs. – S. 1. – URL: http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/GununYayinlari/rzfdb2ryyx9b1oU9_x2F_M1xmw_x3D__x3D_ (дата обращения: 10.05.2026)
29. Gürsel Diktatör olmayacağım dedi // Milliyet. – 1960. – 28 Mayıs. – S. 1. – URL: http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/GununYayinlari/rzfdb2ryyx9b1oU9_x2F_M1xmw_x3D__x3D_ (дата обращения: 10.05.2026)
30. Hadisenin yabancı memleketlerde aksi // Milliyet. – 1960. – 28 Mayıs. – № 3597. – S. 3. – URL: https://gazetearsivi.milliyet.com.tr/liste?tarih=1960.05.28 (дата обращения: 10.05.2026)
31. Bu bir ihtilal değildir // Milliyet. – 1960. – 4 Haziran. – S. 1. – URL: http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/GununYayinlari/rzfdb2ryyx9b1oU9_x2F_M1xmw_x3D__x3D_ (дата обращения: 10.05.2026)
32. «Zarif darbe» ve «Beyler darbesi» // Milliyet. – 1960. – 4 Haziran. – S. 1. – URL: http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/GununYayinlari/rzfdb2ryyx9b1oU9_x2F_M1xmw_x3D__x3D_ (дата обращения: 10.05.2026)
33. Ulunay R. C. Bu eli minnetle öpmeliyiz // Milliyet. – 1960. – 29 Mayıs. – S. 3. – URL: http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/GununYayinlari/rzfdb2ryyx9b1oU9_x2F_M1xmw_x3D__x3D_ (дата обращения: 10.05.2026)
34. İhtilal böyle olur // Milliyet. – 1960. – 31 Mayıs. – S. 1. – URL: http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/GununYayinlari/rzfdb2ryyx9b1oU9_x2F_M1xmw_x3D__x3D_ (дата обращения: 10.05.2026)

COUPS AND THE FORMATION OF STATE IMAGE: A MEDIA PERSPECTIVE ON TURKEY AFTER 1960 (ANALYSIS OF TURKISH PERIODICAL PRESS)

A.M. Fatykhova
Kazan (Volga region) Federal University
Kazan, Russia, afatyhowa@gmail.com

This article is devoted to a discourse analysis of media coverage of the 27 May 1960 coup in Turkey and its role in shaping public perceptions of authority. It examines publications from leading Turkish periodicals (Cumhuriyet, Milliyet, Hürriyet, Akis), which reflect different strategies for representing the military intervention and the Democratic Party. Special attention is paid to the linguistic and narrative mechanisms involved in constructing the legitimacy of the political coup and in forming the state's image within media discourse. The study demonstrates the interaction between mass media and public opinion in the context of political transformation.

Keywords: Turkey; 1960 coup; media discourse; discourse analysis; public perception; state image.

УДК 811.13.1’27

ПРОБЛЕМА ФЕМИНИЗАЦИИ ЛЕКСИКИ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ: ИСТОРИЯ, МЕХАНИЗМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В.В. Фефелова, Л.Д. Яровая
Донецкий государственный педагогический университет им. В. Шаталова, Горловка, Россия, lada.yarovaya@mail.ru

В статье исследуется феминизация названий профессий и должностей в современном французском языке. Анализируются история вопроса, лингвистические механизмы образования феминитивов и социально-политические факторы, влияющие на их принятие или отторжение.

Ключевые слова: феминизация, феминитивы, Французская академия, инклюзивное письмо, суффиксация, апокопа, гендерная лингвистика.

Вопрос о том, как называть женщину-профессора, женщину-министра или женщину-пожарного, во Франции стоит гораздо острее, чем в странах с менее строгой языковой кодификацией. Французский язык, исторически ориентированный на грамматическую маскулинность, в последние десятилетия столкнулся с мощным социальным запросом на феминизацию лексики.

Данная работа ставит целью проанализировать лингвистические механизмы феминизации и выявить факторы, влияющие на принятие или отторжение феминитивов во французском языке.

Исторически процесс феминизации во Франции тормозился не только грамматическими правилами, но и социальными нормами, веками закреплявшими подчиненное положение женщины. В XVII веке грамматист Клод Буур в своем труде заявил: «Мужской род считается более благородным, поэтому он доминирует над женским» [5, с. 45]. Эта фраза стала манифестом языкового пуризма на столетия вперед. Долгое время престижные профессии обозначались только существительными мужского рода даже применительно к женщине, что порождало парадоксальные конструкции типа *Madame le professeur, Madame le ministre*, где женское обращение сочеталось с мужским артиклем и мужской формой существительного.

Знаковым событием стал правительственный циркуляр от 11 марта 1986 года, предписавший использование женских форм названий профессий, должностей, званий и титулов в официальных текстах и административной переписке. Однако главным оппонентом феминизации выступила Французская академия, которая на протяжении столетий выполняла функцию верховного арбитра в вопросах языковой нормы. Академики долгое время отказывались признавать феминитивы, утверждая, что такие формы, как *professeure, auteure, écrivaine*, уродуют язык и нарушают его гармонию. Лишь в феврале 2019 года Академия опубликовала доклад, в котором официально заявила, что «смиряется» с феминизацией названий профессий, признав, что узус (реальное употребление) оказывается сильнее любых догматических предписаний [3].

Анализ современной лексики позволяет выделить несколько продуктивных моделей феминизации. Наиболее распространенным способом является суффиксация. Простейшая модель – добавление немого *-e,* которое на письме часто меняет произношение последней согласной: *ami* (друг) → *amie* (подруга), *chat* (кот) → *chatte* (кошка). Однако гораздо более продуктивными являются специализированные суффиксы. Суффикс *-eure* используется для многих профессий: *professeur* → *professeure*. Суффикс *-rice* является одним из самых продуктивных и наименее

спорных: *directeur → directrice, acteur → actrice.* Форма *actrice* была зафиксирована в словарях ещё в XVII веке, что доказывает наличие феминитивов в языке задолго до современных феминистских движений. Суффикс *-euse* заменяет суффикс *-eur* в названиях профессий, образованных от глаголов: *acheteur* (покупатель) → *acheteuse* (покупательница), *danseur* (танцор) → *danseuse* (танцовщица). Суффикс *-esse*, напротив, сегодня воспринимается как архаичный: *poète* (поэт) → *poétesse* (поэтесса), и многие женщины-поэты предпочитают называть себя *une poète* [1, с. 168].

Важно отметить, что приемлемость той или иной феминитивной формы зависит не только от словообразовательной модели, но и от степени официальности коммуникативной ситуации. В официально-деловом дискурсе, например, в текстах государственных постановлений, дипломатической переписке или академических документах, долгое время сохранялась консервативная практика использования мужских форм даже применительно к женщинам. Однако под влиянием циркуляра 1986 года и последующих рекомендаций Высшего совета по вопросам равенства эта практика постепенно меняется. В неформальной же речи, напротив, феминитивы приживаются значительно быстрее. Так, формы *une prof, une dirlo или une chef* уже стали органичной частью повседневного общения, не вызывая стилистического диссонанса. Эта дифференциация употребления свидетельствует о том, что процесс феминизации развивается не линейно, а скорее «снизу вверх»: из разговорной речи в официальную, а не наоборот.

Особую сложность представляют слова, которые оканчиваются на суффикс *-eur*. Исследователи И. В. Скуратов и Н. Г. Епифанцева показывают, что для таких слов существует по крайней мере три конкурирующих варианта: сохранение мужской формы для обозначения женщины (*l'écrivain*), использование описательной конструкции *la femme écrivain* (женщина-писатель) или образование полноценного феминитива *écrivaine* (писательница) [2, с. 153]. Последний вариант уже давно принят в Квебеке и других франкоязычных регионах и постепенно завоевывает позиции во Франции.

В разговорной речи активно используется апокопа – усечение последних слогов. Такие усеченные формы, как *un prof* (учитель), легко феминизируются путём простой замены артикля: *une prof* (учительница), *une dirlo* (директриса). Эти формы звучат естественно и органично вписываются в живую речь, не вызывая отторжения даже у скептиков феминизации.

Показательным является также явление аферезы (выпадения начальных слогов), хотя оно встречается реже и характерно преимущественно для фамильярного регистра общения. В молодежной среде и в профессиональных жаргонах можно встретить такие формы, как *une sto* (от *standardiste* – женщина-телефонистка), *une prof* (от *professeure*), однако продуктивность аферезы в образовании именно феминитивов значительно уступает апокопе. Более того, в разговорной речи наблюдаются случаи гибридных образований, когда усеченная основа сочетается с феминизирующим суффиксом. Например, в сленге студентов и преподавателей бытуют формы *une chargée de TD* (женщина-руководитель практических занятий) в усеченном варианте *une chargée*, а также игровые варианты, включающие элементы верлана – особого французского арго, основанного на перестановке слогов (например, *une rénoi* от *noire* для обозначения женщины с темным цветом кожи, хотя эта форма не относится к профессиональной лексике). Верлан редко применяется для образования феминитивов от названий престижных профессий, его существование подтверждает общую тенденцию: язык ищет наиболее экономич-

ные и естественно звучащие способы обозначения женщин в профессиональной сфере, и разговорная речь выступает здесь своеобразной «лабораторией», где апробируются новые формы перед их возможным переходом в более официальные регистры.

Дискуссия вокруг феминизации приобретает ярко выраженный социально-политический характер. Сторонники, к которым относятся феминистские организации, левые политические партии и значительная часть академического сообщества, утверждают, что язык должен отражать реальность и делать женщин «видимыми» в профессиональной сфере. Они апеллируют к опыту Квебека, Бельгии и Швейцарии, где феминизация была проведена успешно. Противники, занимающие сильные позиции во Французской академии и консервативных кругах, настаивают на эстетике языка и традиционной функции мужского рода как универсального. Наибольшее раздражение у них вызывает инклюзивное письмо – использование срединной точки для одновременного обозначения обоих родов: *les citoyen-ne-s* (граждане и гражданки), *les agriculteur-rice-s* (фермеры и фермерши). По мнению критиков, такое написание делает текст трудночитаемым и создает путаницу [2, с. 157].

Яркой иллюстрацией этого конфликта стал скандал 2017 года вокруг школьных учебников издательства Hatier, в которых впервые было использовано инклюзивное письмо. Министр образования Жан-Мишель Бланкер выступил с резким осуждением этой практики, заявив, что французский язык не должен становиться жертвой идеологических экспериментов. Однако, несмотря на сопротивление на самом высоком уровне, процесс феминизации продолжает развиваться.

Несмотря на ожесточенные споры, феминитивы демонстрируют устойчивую тенденцию к лексикографической фиксации. Ведущие французские словари Le Robert и Le Larousse не только включили в свои издания такие формы, как *autrice, professeure, cheffe*, но и снабдили их развернутыми стилистическими пометами, отражающими динамику языковой нормы [4]. В электронных версиях словарей пользователь может найти исторические справки о каждом феминитиве, примеры употребления в авторитетных текстах и рекомендации по выбору формы в зависимости от контекста. Это особенно важно, поскольку именно словари выполняют функцию легитимации новых языковых явлений: как только форма фиксируется в авторитетном лексикографическом источнике, она перестает восприниматься как маргинальная или «идеологизированная». Таким образом, современная лексикография выступает не просто зеркалом, но и активным участником языкового процесса, фиксируя те изменения, которые вызваны реальными социальными сдвигами.

Подводя итог, необходимо подчеркнуть, что феминизация французской лексики представляет собой сложный и многогранный процесс, который нельзя сводить только к лингвистическим механизмам. Это явление тесно связано с социальными изменениями, с борьбой за гендерное равенство и с трансформацией общественного сознания. Язык адаптируется к новым реалиям: ведущие лексикографические издания, такие как Le Robert и Le Larousse, уже давно включили большинство феминитивов в свой состав, что свидетельствует о переходе их из разряда маргинальных явлений в лексикографическую норму. Перспективы развития данного явления связаны с дальнейшей эволюцией общественных отношений и языковой политики французского государства. Как справедливо заметил лингвист Ален Рей, «заставить язык измениться – это чертовски тяжелая работа», однако

пример феминизации показывает, что эта работа вполне выполнима, если за ней стоит реальная общественная потребность.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Корж, В. И. К проблеме суффиксального образования феминитивов в современном французском языке / В. И. Корж, И. В. Скуратов // Верхневолжский филологический вестник. – 2023. – № 1 (32). – С. 166–173.
2. Скуратов, И. В. Влияние феминизации на национальную языковую политику Франции / И. В. Скуратов, Н. Г. Епифанцева // Верхневолжский филологический вестник. – 2025. – № 1 (40). – С. 150–161.
3. Académie Française. La féminisation des noms de métiers et de fonctions. – Текст : электронный. – URL : https://www.academie-francaise.fr/ sites/academie-francaise.fr/files/rapport_feminisation_noms_de_metier_et_de _fonction.pdf. – (Дата обращения: 21.03.2026).
4. Le Robert. Dictionnaire en ligne. – Текст : электронный. – URL : https://dictionnaire.lerobert.com/. – (Дата обращения: 21.03.2026).
5. Viennot, E. Non, le masculin ne l'emporte pas sur le féminin! Petite histoire des résistances de la langue française. – Donnemarie-Dontilly: Éditions iXe, 2014. – Текст : электронный. – URL : http://journals.openedition.org/lidil/3530. – (Дата обращения: 21.03.2026).

THE PROBLEM OF LEXIS FEMINIZATION IN THE FRENCH LANGUAGE: HISTORY, MECHANISMS AND PROSPECTS

V.V. Fefelova, L.D. Yarovaya
Donetsk State Pedagogical University named after V. Shatalov, Gorlovka, Russia, lada.yarovaya@mail.ru

The article examines the feminization of job titles in modern French. It analyzes the history of the issue, linguistic mechanisms for forming feminines, and socio-political factors influencing their acceptance or rejection.

Keywords: feminization, feminines, French Academy, inclusive writing, suffixation, apocope, gender linguistics.

УДК 81’282 (476.7)

БЕЛАРУСКІЯ ДЫЯЛЕКТНЫЯ НАЗВЫ ЯШЧАРКІ (LACERTA) І ІХ ЗАХОДНЕСЛАВЯНСКІЯ АДПАВЕДНІКІ

Ю.В. Чарнякевіч
Пінскі каледж УА “Брэсцкі дзяржаўны ўніверсітэт імя А. С. Пушкіна” Рэспубліка Беларусь, lingvabdpu@gmail.com

У артыкуле аналізуюцца лексічныя карты асноўных лінгвагеаграфічных прац беларускіх, польскіх і чэшскіх вучоных. Лексічны атлас беларускіх народных гаворак, Mały atlas gwiar polskich (Малы атлас польскіх гаворак) і Český jazykový atlas (Чэшскі лінгвістычны атлас) былі створаны і выдадзены прыкладна ў адзін час, і яны вельмі падобныя паводле аб’ёму і паводле зместу. Па гэтай прычыне лексічныя карты гэтых атласаў уяўляюць значную цікавасць для правядзення параўнальных славістычных даследаванняў.

Ключавыя словы: дыялекты, лінгвагеаграфія, лінгвістычныя карты, атлас, Беларусь, Польшча, Чэхія.

Значная цікавасць да беларуска-заходнеславянскіх лексічных паралеляў у сучаснай дыялекталагічнай навуцы звязана, у першую чаргу, са стварэннем як асоб-

ных нацыянальных атласаў – выданні Дыялекталагічны атлас беларускай мовы, Лексічны атлас беларускіх народных гаворак (ЛАБНГ), Český jazykový atlas, Mały atlas gwiar polskich, – так і са з'яўленнем чарговых выпускаў Агульнаславянскага лінгвістычнага атласа (АЛА) [2; 4; 6; 16; 17]. Менавіта падобныя маштабныя лінгвагеаграфічныя працы дазваляюць выявіць падабенства многіх лексем, адлюстраваных на лінгвістычных картах, і, такім чынам, засведчыць пэўнае адзінства славянскага моўнага кантынууму, якое, тым не менш, з'яўляецца досыць стракатым і неаднародным у розных рэгіёнах Славіі.

Як паказваюць ранейшыя даследаванні, у беларускай дыялектнай лексіцы даволі часта сустракаюцца словаформы, якія прысутнічаюць у гаворках, распаўсюджаных не толькі на тэрыторыі Украіны ці Расіі, але таксама і тэрыторыі Польшчы і Чэхіі. Гэта датычыць назваў раслiннага і жывёльнага свету, назваў роднасці і сваяцтва, вясельнай лексікі і інш. [9; 10; 11; 12; 13]. Па гэтай прычыне працяг падобных даследаванняў выглядае цалкам заканамерным і звязаны, у першую чаргу, з тым, што лінгвагеаграфічныя даследаванні апошніх гадоў як у Беларусі, так і ў іншых славянскіх краінах значна пашыраюць наяўную факталагічную базу і даюць багаты матэрыял для параўнальна-гістарычнага аналізу розных лексіка-семантычных груп і адзінак дыялектнага маўлення ў роднасных мовах.

Наш артыкул прысвечаны дыялектным назвам *яшчаркі (Lacerta)* – невялікаму паўзуну з доўгім хвастом і прадаўгаватым целам, пакрытым дробнай рагавой лускай. Названая рэптылія здаўна пражывае і вядомая на тэрыторыі краіны, пра што сведчыць і запісанае тлумачэнне ў знакамітым слоўніку І. І. Насовіча: *вычвара – той, які вытарашчыў вочы, глядзіць, як яшчарка* [14, т. 2, с. 291].

У Беларусі сустракаюцца яшчарка порсткая і яшчарка жывародная, але, нягледзячы на пэўнае адрозненне, у гаворках гэтыя віды яшчарак зазвычай атрымліваюць агульнае найменне і ў лексічных адносінах не размяжоўвацца. Хутчэй за ўсё гэта адбываецца ў сувязі са знешнім падабенствам названых відаў яшчарак, якія пражываюць на тэрыторыі нашай краіны, хоць у іншых частках славянскага свету падобнае размежаванне здаўна прысутнічае [1, с. 358-359; 5, с. 141].

Адназначнага адказу пра паходжанне назвы *яшчарка (яшчарыца)* сярод навукоўцаў дасюль няма. Так, напрыклад, М. Фасмер гаворыць пра праславянскае **aščerъ*, якое, па яго меркаванні, роднаснае слову *скорый*, літ. *skėrỹs* 'саранча', а В. Махэк лічыць гэтае слова праіндаеўрапейскім, другая частка якога (без пачатковага а) мае сувязь і з германскай назвай, параўнай нямецкае *Eid-echse*, дзе першая частка таксама няясная, англійскае *ack(er)* [5, с. 141; 8, т. 4, с. 572, 573]. Пра няяснасць этымалогіі слова *яшчарка (яшчур)* кажуць і польскія навукоўцы [15, т. 1, с. 577]. А аўтары выдання «Етимологічний словник української мови» схіляюцца да думкі, што **aščerъ*, верагодна, паходзіць з **ask-ščerъ* "той, хто рые пячоры, норы", дзе частка **ask* звязана з праславянскім **(j)askь*, роднасным ўкраінскаму [*яскиня*] 'пячора', а **aščerъ* звязана з украінскім *шкіра* 'скура'; іншыя варыянты этымалогіі (сярод якіх і меркаванні М. Фасмера, В. Махэка і другіх даследчыкаў) называюцца менш імавернымі [3, т. 6, с. 566].

Як вынікае з папярэдніх агульнарэспубліканскіх даследаванняў, для назвы *я́шчаркі* (Lacerta) у беларускай дыялектнай мове выкарыстоўваюцца пераважна лексемы, звязаныя з коранем *яшчар-*. Так, на Гродзеншчыне і Магілёўшчыне пераважае слова *я́шчарыца*, а на ўсёй астатняй тэрыторыі Беларусі пашырана лексема *я́шчарка* (абодва словы выкарыстоўваюцца ў якасці літаратурнай нормы). Трэба сказаць, што ў многіх населеных пунктах Магілёўскай і Гродзенскай абла-

сцей побач з найменнем *я́шчарыца* зафіксавана і слова *я́шчарка.* І толькі ў адзінкавым выпадку – у Горацкім раёне Магілёўскай вобласці – адзначана старажытная форма *я́шчур.* Таксама на Беларусі бытуюць фанетычныя варыянты гэтых лексем, напрыклад, *я́шчэрка, я́шчурка, йэ́шчэрка* ды некаторыя іншыя [4, карта 343, с. 135]. Акрамя таго, як сведчаць запісы са «Слоўніка беларускіх гаворак паўночна-заходняй Беларусі і яе пагранічча», у Воранаўскім раёне Гродзенскай вобласці яшчарку могуць называць *дрэ́жсынь*, што з'яўляецца запазычваннем з літоўскай мовы (параўнай літоўскае *dríežasc* 'яшчарка') [7, т. 2, с. 97].

Як адзначае П. А. Міхайлаў, пашырэнне назвы *я́шчарыца* на Гродзеншчыне можа быць звязана з польскім уплывам (параўнай, напрыклад, ст.-польскае *jaszererzyca*), а на Магілёўшчыне, магчыма, з мясцовымі асаблівасцямі народнага словаўтварэння, пры якім для абазначэння самак жывёл і іх дзіцянят выкарыстоўваюцца суфіксы *-ыц-/-іц- – лісіца, ваўчыца, мядзведзіца, жарабіца* і інш. Таксама не выключана, што запісаная на тэрыторыі Беларусі адзінкавая назва *я́шчур* уяўляе сабой даволі старажытны архаізм [5, с. 141, 142].

Разам з тым, варта адзначыць, што ў выданні «Mały atlas gwiar polskich» змешчана карта, якая паказвае на дыялектныя варыянты найменняў віду Lacerta на ўсёй тэрыторыі Польшчы. З прыведзеных матэрыялаў зразумела, што амаль ва ўсіх польскіх гаворках фіксуюцца словаформы *jaszczurka* / *jeszczurka* (з некаторымі фанетычнымі і словаўтваральнымі варыянтамі тыпу *jaszczura, laszczurka, joszczurka, wieszczurka* і інш.). І толькі на самай поўначы гэтай заходнеславянскай краіны, у адзінкавых выпадках, сустракаецца дыялектнае *jeszczerzyca* [17, т. 4, мара 194]. Таму калі і можа казаць пра пэўны польскі ўплыў у дачыненні да беларускага дыялектнага *я́шчарыца* (гл. вышэй), дык названы ўплыў адбыўся вельмі даўно і на сённяшні дзень сучаснымі запісамі дыялектнага маўлення з тэрыторыі Польшчы не пацвярджаецца.

Варта таксама дадаць, што на карце № 343 ЛАБНГ графічнае размежаванне варыянтаў *яшчарка – яшчурка* не адлюстравана. Калі ж падобнае размежаванне правесці па тэкставых матэрыялах, то вынікае, што поўны адпаведнік польскаму літаратурнаму *jaszrzurka* – лексема *яшчурка* – сустракаецца не толькі на захадзе, але таксама і на ўсходзе Беларусі (пункты 39А, 43А, 50А, 64А, 83, 92, 96А, 131 ЛАБНГ). На ўсходзе гэта Слаўгарадскі і Мсціслаўскі раёны Магілёўскай вобласці, а на захадзе – Камянецкі, Брэсцкі, Жабінкаўскі, Ганцавіцкі раёны Брэсцкай вобласці) [4, карта 343, с. 135]. Гэта можа сведчыць пра паступовае пашырэнне названага паланізму ў беларускіх гаворках. Але таксама не выключана, што галосны [у] ў слове *яшчурка* ўзнік па падабенстве са словам *шчур*, якое таксама пранікла ў гаворкі Беларусі пад уплывам польскай і ўкраінскай моў (параўнай польскае *szczur*, украінскае *щур, пацюк*) і сустракаецца пераважна на паўднёвым захадзе Беларусі [11, с. 90; 16, с. 175, 176].

Калі ж казаць пра гаворкі і дыялекты Чэхіі (як яшчэ адной з заходнеславянскіх краін), дык тут пераважаюць назвы, звязаныя з коранем *ješčer-* (*ještěr-, jištěř*): *ješťerka, ješčérka, jiščer, ješčeřica, jaščeřica* і падобныя. Так, акрамя не вельмі істотных словаўтваральных адрозненняў, якія, дарэчы, падобныя на беларускія (параўнай *ještěrka – ještěřice* і *яшчарка – яшчарыца*), у чэшскай дыялектнай мове зафіксаваны таксама значныя фанетычныя і словаўтваральныя варыянты назваў Lacerta, акрамя асноўнага *ještěrka*. Гэтыя варыянты ў асноўным сканцэнтраваны ў арэале мараўскіх і сілезкіх (středomoravská, východomoravská, slezská skupina) гаворак (*jištěrka, jištěrka, jíštěrka, hištěrka, jaštěrka, jašťérka, ještěrka, ješťérka,*

jašťurka, ještírka, jaštěřice). На ўсёй тэрыторыі Чэхіі, такім чынам, агульнапашыраным (і літаратурным) з'яўляецца слова *ještěrka* з рознымі фанетычнымі і словаўтваральнымі варыянтамі. І толькі зрэдку сустракаюцца адметныя лексічныя варыянты, калі ў некаторых гаворках земнаводных віду Lacerta называюць *hadí anička, hadí panenka* [16, карта 66, с. 175, 176].

Назвы яшчаркі, суадносныя на картах чэшскага і беларускага дыялектных атласаў, у некаторых выпадках таксама адзначаны. Напрыклад, беларускае *я́шчэрка* (пункты 45А, 47А, 53А, 54А, 59А, 65А на картах ЛАБНГ) амаль цалкам суадносіцца з чэшскім дыялектным *jaštěrka, jašťérka*, а *я́шчурка* (пункты 39А, 43А, 50А, 64А, 83, 92, 96А, 131 на картах ЛАБНГ), як ужо адзначалася, – з чэшскім дыялектным *jašťurka.* Акрамя таго, беларускае *я́шчарыца* мае амаль поўнае падабенства з чэшскі дыялектным *jaštěřice*. У апошнім прыкладзе нават зафіксавана пачатковае *-ja*, як і беларускім варыянце слова. А амаль поўны адпаведнік з чэшскім дыялектным *ještěrka* маем у выпадку з беларускім заходнепалескім *йэ́шчэрка* (запісаным у Драгічынскім раёне Брэсцкай вобласці).

Такім чынам, зварот да назваў віду Lacerta у дыялектах Беларусі і некаторых заходнеславянскіх краін (Чэхіі, Польшчы) дазваляе зрабіць пэўныя высновы.

1) Некаторыя з прааналізаваных найменняў віду Lacerta, магчыма, з'явіліся ў дыялектах і гаворках Беларусі пад уплывам польскай мовы (беларускае дыялектнае *я́шчарыца, я́шчурка* – ст.-польскае *jaszererzyca,* сучаснае *jaszczurka* / *jeszczurka*) і гэты ўплыў – даволі значны (пра што сведчыць сучасная фіксацыя дыялектнага *я́шчурка* не толькі ў заходніх раёнах Беларусі, але і ў гаворках Магілёўскай вобласці, на ўсходзе нашай краіны). Акрамя таго, падобная з'ява, магчыма, назіраецца і ў гаворках Чэхіі (параўнай чэшскае дыялектнае *jašťérka, jašťurka, jaštěřice*).

2) У беларускай дыялектнай мове прысутнічаюць падобныя словаўтваральныя адпаведнікі назваў віду Lacerta як у польскіх (*jaszrzurka – яшчурка*), так і ў чэшскіх (*ještěrka – йэ́шчэрка*) дыялектах. Але калі ў першым выпадку можна казаць пра магчымае поўнае лексічнае і словаўтваральнае запазычванне з польскай мовы (хаця не выключаны і варыянт, што дыялектнае *я́шчурка* ўжываецца ў гаворках Беларусі пад уплывам слова *шчур*), то ў другім выпадку назіраецца, відаць, выпадковае і не зусім поўнае падабенства, звязанае з некаторымі фанетычнымі асаблівасцямі заходнепалескіх гаворак на тэрыторыі Беларусі (напрыклад, адсутнасць акання і якання).

3) У беларускай дыялектнай мове прысутнічаюць назвы віду Lacerta, запазычаныя не толькі з польскай, але і з літоўскай мовы (параўнай, беларускае дыялектнае *дрэ́жынь* і літоўскае *dríežasc*). Такім чынам, у гэтым выпадку можна казаць не толькі пра заходнеславянскі, але і пра балцкі ўплыў на беларускія гаворкі і дыялекты, які, аднак, не з'яўляецца вельмі значным (адзінкавая фіксацыя лексемы *дрэ́жынь у* слоўніку).

4) Як вынікае з нашага даследавання, прааналізаваны фактычны матэрыял даволі яскрава дэманструе ўсю лексіка-семантычную глыбіню славянскага дыялектнага лексікону, а таксама – і складанасць, разнастайнасць, нават унікальнасць яго лінгвістычнага ландшафту (асабліва, калі ўзяць пад увагу і адзінкавую фіксацыю на тэрыторыі Беларусі магчымага старажытнага архаізма *я́шчур*). Таму працяг падобных супастаўляльных даследаванняў дыялектнай лексікі розных славянскіх краін бачыцца вельмі перспектыўным як у галіне агульнаславянскай лінгвагеаграфіі і дыялекталогіі, так і ва ўсёй славістыцы.

БІБЛІЯГРАФІЧНЫЯ СПАСЫЛКІ

1. Гура, А. В. Символика животных в славянской народной традиции / А. В. Гура. – М. : Индрик, 1997. – 912 с.

2. Дыялекталагічны атлас беларускай мовы : у 2 ч. / АН БССР, Ін-т мовазнаўства імя Я. Коласа ; пад рэд. Р. І. Аванесава [і інш.]. – Мінск : Выд-ва АН БССР, 1963. – Ч. 1 : Карты. – 350 с.

3. Етимологічний словник української мови : у 7 т. / Акад. наук України, Ин-т мовазнаства ім. О. О. Потебні ; ред. кол.: О. С. Мельничук (гол. ред.) [та ін.]. – Київ : Наукова думка, 1982–2012. – 7 т.

4. Лексічны атлас беларускіх народных гаворак : у 5 т. / Акад. Навук Беларусі, Ін-т мовазнаўства ; пад рэд. М. В. Бірыла, Ю. Ф. Мацкевіч. – Мінск : Фонд фундамент. Даслед. Рэсп. Беларусь, 1993–1998. – Т. 1 : Раслінны і жывёльны свет / Ф. Клімчук [і інш.] – 1993 – 160 с.

5. Міхайлаў, П. А. Назвы паўзуноў і земнаводных / П. А. Міхайлаў // Лексічныя ландшафты Беларусі : жывёльны свет / І. Я. Яшкін [і інш.] ; навук. Рэд. Ф. Д. Клімчук, І. Я. Яшкін. – Мінск, 1995. – С. 137–150.

6. Общеславянский лингвистический атлас / Междунар. ком. Славистов, Комис. Общеславян. Лингвист. Атласа, АН СССР, Ин-т рус. Яз. ; гл. ред Р. И. Аванесов. – М.: Наука, 1988. – 188 с. – (Серия лексико-словообразовательная ; вып. 1. Животный мир).

7. Слоўнік беларускіх гаворак паўночна-заходняй Беларусі і яе пагранічча : у 5 т. / Акад. навук БССР, Ін-т мовазнаўства ; уклад.: А. І. Грынавецкене [і інш.]. – Мінск : Навука і тэхніка, 1979–1986. – 5 т.

8. Фасмер, М. Этимологический словарь русского языка : в 4 т. / М. Фасмер / пер. с нем. И доп. О. Н. Трубачева ; под ред. Б. А. Ларина. – М. : Прогресс, 1986–1987. – 4 т.

9. Чарнякевіч, Ю. В. Беларуска-заходнеславянскія лексічныя паралелі (на прыкладзе некаторых дыялектных найменняў раслін) / / Ю. В. Чарнякевіч // Вес. БДПУ. Сер. 1, Педагогіка. Псіхалогія. Філалогія. – 2025. – № 1. – С. 79-82.

10. Чарнякевіч, Ю. В. Беларуска-польскія і беларуска-чэшскія лексічныя паралелі (на прыкладзе некаторых дыялектных найменняў ягад) / / Ю. В. Чарнякевіч // Вес. БДПУ. Сер. 1, Педагогіка. Псіхалогія. Філалогія. – 2024. – № 1. – С. 51-54.

11. Чарнякевіч, Ю. В. Некаторыя суадносныя назвы дзікіх жывёл на картах нацыянальных дыялектных атласаў Беларусі і Чэхіі / Ю. В. Чарнякевіч // Вес. БДПУ. Сер. 1, Педагогіка. Псіхалогія. Філалогія. – 2023. – № 2. – С. 89-92.

12. Чарнякевіч, Ю. В. Суадносная вясельная лексіка ў дыялектах Беларусі і Чэхіі / Ю. В. Чарнякевіч // Вес. БДПУ. Сер. 1, Педагогіка. Псіхалогія. Філалогія. – 2025. – № 3. – С. 83-86.

13. Чарнякевіч, Ю. В. Суадносныя найменні насякомых у дыялектнай мове Беларусі і Чэхіі / Ю. В. Чарнякевіч // Вес. БДПУ. Сер. 1, Педагогіка. Псіхалогія. Філалогія. – 2022. – № 4. – С. 94-97.

14. Этымалагічны слоўнік беларускай мовы : у 14 т. / Акад. Навук Беларусі, Ін-т мовазнаўства ; гал. Рэд. В. У. Мартынаў, Г. А. Цыхун. – Мінск : Навука і тэхніка : Беларус. Навука, 1978–2017. – 14 т.

15. Bańkowski, A. Etymologiczny słownik języka polskiego : w 2 t. / Bańkowski, A. – Warszawa : Wydawnictwo naukowe PWN, 2020. – 2 t.

16. Český jazykový atlas : v 5 č. / Akad. ved Českе Republiky, Ústavu pro jazyk český ; red. J. Balhar, P. Jančák. – Praha : Academia, 1992–2011. – Č. 2. / red. J. Balhar, P. Jančák. – 1997. – 507 s.

17. Mały atlas gwiar polskich : w 12 t. / kom. red.: Kazimierz Nitsch (przewodniczący) [et al.]. – Wroclaw : Ossolineum, 1957–1970. – 12 t.

BELARUSIAN DIALECT NAMES OF LIZARD (LACERTA) AND THEIR WEST SLAVIC CONGRUENCES

Y.V. Charnyakievich
Pinsk college of "Brest State University by named A. S. Pushkin"
Belarus, lingvabdpu@gmail.com

In the article analyzed the lexical maps of major linguistic works of Belarusian, Polish and Czech scientists. The lexical atlas of Belarusian dialects (*Лексічны атлас беларускіх народных гаворак*), Mały atlas gwiar polskich and the *Český jazykový atlas* were created and published at about the same time and these atlases are very similar in volume and content. For this reason, the lexical maps of these atlases are of considerable interest for conducting comparative slavistic research.

Keywords: dialects, linguistic geography, linguistic maps, atlas, Belarus, Poland, Czech Republic.

УДК 811.161.1:070:93

ЭМОЦИОНАЛЬНО-ЭКСПРЕССИВНЫЕ СРЕДСТВА В МЕДИАТЕКСТАХ: ФУНКЦИИ И ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ

Ю.В. Шакович
Донецкий государственный медицинский университет имени М. Горького Министерства здравоохранения Российской Федерации
Российская Федерация, eskalive25@gmail.com

В статье рассматриваются эмоционально-экспрессивные средства как важнейший компонент современной медиакоммуникации. Анализируется специфика функционирования экспрессивной лексики, синтаксических конструкций, оценочных единиц, метафоризации, прецедентных феноменов и графических средств в медиатекстах. Особое внимание уделяется тому, каким образом эмоционально окрашенные языковые элементы участвуют в формировании авторской интенции, воздействии на массовую аудиторию и конструировании медиареальности. Показано, что в условиях высокой конкуренции за внимание адресата медиатекст всё чаще строится не только как сообщение о фактах, но и как инструмент эмоционального вовлечения, интерпретации и оценки. Делается вывод о том, что эмоционально-экспрессивные средства в медиатекстах выполняют одновременно информативную, воздействующую, оценочную, интерпретационную и прагматическую функции, а особенности их употребления определяются жанром, каналом коммуникации, целевой аудиторией и коммуникативной стратегией автора.

Ключевые слова: медиатекст, экспрессивность, эмоциональность, оценочность, массовая коммуникация, публицистический стиль, языковое воздействие, метафора, экспрессивный синтаксис, медиадискурс.

Введение. Современное медиапространство представляет собой динамичную коммуникативную среду, в которой язык выполняет не только функцию передачи информации, но и функцию активного воздействия на адресата. Медиатексты, включающие материалы печатных и сетевых изданий, телевизионных новостей, авторских колонок, интервью, репортажей, блогов и публикаций в социальных сетях, ориентированы на массовую аудиторию и потому неизбежно сочетают информативность с выразительностью. В этих условиях особое значение приобретают эмоционально-экспрессивные средства языка, позволяющие не просто сообщать событии, но и задавать его интерпретацию, вызывать определённую реак-

цию, акцентировать нужные смысловые узлы и формировать отношение аудитории к описываемому [1, с. 123].

Актуальность исследования определяется возрастанием роли медиатекстов в повседневной жизни общества и усилением их влияния на речевое сознание носителей языка. В современной медиакоммуникации борьба за внимание читателя, зрителя или пользователя цифровой платформы приводит к повышению степени выразительности текста. Заголовки становятся более яркими и эмоционально насыщенными, авторские оценки часто маскируются под фактуальную подачу, а различные средства экспрессии используются как инструмент смыслового и психологического воздействия. В связи с этим изучение эмоционально-экспрессивных средств в медиатекстах имеет не только теоретическую, но и практическую значимость, поскольку позволяет выявить механизмы речевого влияния в публичной коммуникации [2, с. 69].

Цель настоящей статьи заключается в анализе функций эмоционально-экспрессивных средств в медиатекстах и выявлении особенностей их употребления в современных медиа. Для достижения поставленной цели необходимо решить несколько задач: уточнить содержание понятий «эмоциональность» и «экспрессивность» в лингвистическом аспекте; охарактеризовать основные языковые средства, обеспечивающие выразительность медиатекста; определить их функциональную нагрузку; показать зависимость выбора экспрессивных средств от жанрово-стилистических характеристик медиатекста [3, с. 31].

Теоретические основания исследования. Понятия эмоциональности и экспрессивности в лингвистике тесно связаны, однако не являются тождественными. Эмоциональность обычно понимается как языковое выражение чувств, переживаний, субъективных состояний говорящего или пишущего. Экспрессивность трактуется шире: она включает совокупность средств усиления выразительности, образности, оценочности и прагматического воздействия речи. Эмоциональный компонент может входить в структуру экспрессивности, но экспрессия не всегда сводится только к эмоции. Так, синтаксическая расчленённость, необычный порядок слов, контраст, повтор или метафоризация могут повышать выразительность текста даже при относительно нейтральной моциональной окраске [4, с. 17].

Для медиатекста данное различение особенно важно, поскольку медийная коммуникация ориентирована не столько на непосредственное самовыражение автора, сколько на управляемое воздействие на аудиторию. Следовательно, эмоционально-экспрессивные средства здесь часто выступают как инструменты коммуникативной стратегии. Они могут выполнять функцию привлечения внимания, акцентирования, драматизации, интерпретации, оценки и моделирования читательского восприятия [1, с. 124].

Медиатекст как объект лингвистического анализа обладает рядом признаков, которые предопределяют активное использование средств выразительности. Во-первых, он адресован массовой аудитории, неоднородной по уровню подготовки, возрасту и коммуникативным ожиданиям. Во-вторых, медиатекст часто существует в условиях ограниченного времени восприятия: читатель быстро просматривает ленту новостей, зритель воспринимает сообщение в потоке других сообщений, пользователь социальных сетей реагирует на короткие и яркие формулировки. В-третьих, медиа конкурируют друг с другом за внимание аудитории, а потому стремятся сделать текст максимально заметным, запоминающимся и эмоционально вовлекающим [2, с. 70].

Основные эмоционально-экспрессивные средства в медиатекстах. На лексическом уровне особую роль играют слова с ярко выраженной оценочной и эмоциональной семантикой. Это могут быть единицы, содержащие положительную или отрицательную коннотацию, разговорно-сниженные элементы, усилительные наречия, экспрессивные эпитеты, а также слова, актуализирующие образность. Например, в медиатексте нейтральное сообщение о росте интереса к какому-либо явлению может быть преобразовано с помощью лексической экспрессии в формулировку, создающую эффект стремительности, сенсационности или напряжения. Именно поэтому в новостных заголовках и аналитических материалах часто встречаются слова типа «громкий», «резонансный», «шокирующий», «острый», «болезненный», «яркий», «скандальный». Их функция состоит не только в характеристике события, но и в предварительной настройке восприятия [3, с. 32].

Значительное место в медиатекстах занимает метафоризация. Метафора является одним из наиболее продуктивных средств экспрессии, поскольку она одновременно уплотняет смысл, создаёт образ и формирует оценочное поле текста. В медиадискурсе метафорические модели позволяют представить абстрактные или сложные процессы в наглядной форме, доступной массовому адресату. При этом метафора может выполнять как собственно изобразительную, так и интерпретационную функцию. Она не просто украшает текст, а задаёт определённую схему понимания события. Через метафорические обозначения автор фактически предлагает аудитории готовую модель осмысления описываемого явления [4, с. 18].

На фразеологическом уровне выразительность создаётся за счёт устойчивых оборотов, крылатых выражений, трансформированных цитат и прецедентных феноменов. Их употребление повышает культурную узнаваемость текста, способствует сближению автора с аудиторией и делает сообщение более ёмким. Трансформация известных выражений особенно характерна для заголовков, где важны краткость, выразительность и эффект узнавания. В таких случаях медиатекст приобретает интертекстуальную глубину, а сама экспрессивность строится не только на значении слов, но и на активации фоновых знаний адресата [1, с. 125].

Существенную роль играют морфологические средства, в частности формы субъективной оценки, степени сравнения, словообразовательные элементы с оценочной семантикой. Уменьшительно-ласкательные или, напротив, увеличительные суффиксы, разговорные и окказиональные образования, авторские неологизмы способны усиливать эмоциональную окраску текста и создавать эффект приближённости к живой речи. Для медиатекста это особенно значимо в жанрах, ориентированных на персонализированное общение с аудиторией, например в блогах, колонках, развлекательных публикациях [2, с. 71].

На синтаксическом уровне экспрессивность достигается с помощью риторических вопросов, восклицательных конструкций, парцелляции, неполных предложений, анафоры, повтора, инверсии, градации. Эти средства позволяют передавать динамику, напряжение, субъективную вовлечённость автора, а также акцентировать ключевые смысловые фрагменты. Парцелляция, например, создаёт эффект фрагментарной, эмоционально насыщенной речи, усиливает значимость выделенного компонента и имитирует интонацию устного высказывания. Риторический вопрос вовлекает адресата в скрытый диалог, побуждая его к соучастию в интерпретации текста. Повтор усиливает внушающее воздействие и обеспечивает ритмическую организацию сообщения [3, с. 33].

Особую группу составляют графические и композиционные средства выразительности, особенно актуальные для цифровых медиа. К ним относятся шрифто-

вое выделение, использование прописных букв, пунктуационная экспрессия, расчленение текста на короткие абзацы, эмодзи, хештеги и другие элементы визуализации. Хотя не все подобные средства относятся к традиционно языковым, в медиатексте они становятся частью общей системы воздействия. В сетевой среде графическая экспрессия часто компенсирует отсутствие интонации и живой мимики, а потому приобретает самостоятельную коммуникативную ценность [4, с. 19].

Функции эмоционально-экспрессивных средств в медиатекстах. Одной из важнейших функций эмоционально-экспрессивных средств является аттрактивная, то есть функция привлечения внимания. В медиапространстве адресат сталкивается с огромным количеством сообщений, и текст должен выделиться уже на этапе первичного контакта. Особенно ярко эта функция проявляется в заголовках, подзаголовках и анонсах. Экспрессивно окрашенное слово, необычная метафора, парадоксальная формулировка или синтаксическая резкость повышают вероятность того, что сообщение будет замечено и прочитано [1, с. 126].

Не менее значимой является оценочная функция. В медиатексте автор редко ограничивается сухой фиксацией фактов; чаще он так или иначе задаёт рамку их восприятия. Даже при внешне нейтральной подаче выбор определённых слов, эпитетов, метафор и синтаксических конструкций может маркировать отношение к описываемому. Эмоционально-экспрессивные средства позволяют имплицитно или эксплицитно выражать одобрение, критику, тревогу, восхищение, иронию или недоверие. Благодаря этому медиатекст воздействует не только на рациональную, но и на ценностно-эмоциональную сферу аудитории [2, с. 72].

Следующая функция – интерпретационная. Медиа не просто сообщают о событиях, но и структурируют хаотичную действительность, предлагая обществу определённые способы её осмысления. Эмоционально-экспрессивные средства играют в этом процессе важную роль, поскольку они способны усиливать значимость одних аспектов сообщения и ослаблять другие. Через выбор языковых средств автор формирует перспективу восприятия и направляет внимание адресата в нужную сторону [4, с. 20].

Важна также контактоустанавливающая функция. В современной медиакоммуникации наблюдается тенденция к разговорности, персонализации и стиранию жёстких границ между публичной и частной речью. Экспрессивные средства помогают создать эффект доверительного общения, приблизить текст к аудитории, сделать его более «человечным» и интонационно живым. Особенно это характерно для авторских колонок, блоговых публикаций, интервью, рецензий и текстов в социальных сетях [1, с. 127].

Наконец, эмоционально-экспрессивные средства выполняют прагматическую функцию воздействия. Они побуждают адресата не только воспринять информацию, но и определённым образом отреагировать на неё: заинтересоваться, возмутиться, поддержать, запомнить, перейти по ссылке, обсудить материал, распространить его. В этом проявляется тесная связь экспрессивности с коммуникативной эффективностью медиатекста [2, с. 73].

Особенности употребления экспрессивных средств в различных типах медиатекстов. Характер использования эмоционально-экспрессивных средств существенно зависит от жанра и формата медиатекста. В новостных сообщениях традиционно декларируется стремление к нейтральности и объективности, однако даже здесь экспрессивные элементы нередко присутствуют, прежде всего в заголовочном комплексе. Заголовок может быть заметно более выразительным, чем

основной текст, поскольку его задача состоит в быстром привлечении внимания. При этом в самом тексте экспрессия часто смягчается или распределяется более дозированно [1, с. 128].

В аналитических статьях и авторских колонках степень экспрессивности обычно выше, поскольку здесь допустимо открытое присутствие авторской позиции. В таких текстах активно используются оценочная лексика, метафоры, ирония, сопоставления, риторические конструкции. Экспрессия становится средством аргументации и способом усиления авторской интерпретации [2, с. 74].

В интервью специфика экспрессивности определяется диалогической природой жанра. Здесь важны передача индивидуальной речевой манеры, интонационной живости, эмоциональных реакций. Экспрессивные средства могут принадлежать как интервьюируемому, так и журналисту, формируя общее эмоциональное пространство текста [2, с. 69].

В цифровых и сетевых медиа наблюдается наиболее высокая плотность экспрессивных элементов. Это связано с ускоренным ритмом коммуникации, ориентацией на кликабельность, визуальную заметность и мгновенную реакцию аудитории. В интернет-публикациях чаще встречаются разговорные элементы, графическая экспрессия, краткие парцеллированные фразы, меметические конструкции, языковая игра. Однако усиление выразительности в цифровой среде нередко приводит к стилистической размытости и к смещению акцента с содержания на эффект подачи [3, с. 32].

Следует отметить, что чрезмерное насыщение медиатекста эмоционально-экспрессивными средствами может снижать доверие к сообщению. Если текст воспринимается как избыточно драматизированный, навязчиво оценочный или стилистически перегруженный, адресат начинает критичнее относиться к источнику информации. Поэтому эффективное употребление экспрессивных средств требует жанровой уместности, коммуникативной меры и учёта ожиданий аудитории [4, с. 18].

Заключение. Эмоционально-экспрессивные средства являются органичной и функционально значимой частью современного медиатекста. Они обеспечивают не только выразительность речи, но и реализацию важнейших коммуникативных задач: привлечение внимания, формирование оценки, интерпретацию событий, установление контакта с аудиторией и прагматическое воздействие. На разных языковых уровнях – лексическом, фразеологическом, словообразовательном, синтаксическом и графическом – создаётся сложная система средств, с помощью которой медиа конструируют особую речевую реальность.

Анализ показывает, что специфика употребления эмоционально-экспрессивных средств определяется жанром, типом платформы, характером аудитории и авторской интенцией. В традиционных журналистских форматах экспрессия чаще подчинена требованиям стилистической уместности и фактуальной достоверности, тогда как в цифровой медиасреде она становится одним из ведущих механизмов конкурентного воздействия. Вместе с тем чрезмерная экспрессивность способна ослаблять информативность текста и вызывать недоверие у адресата, что делает особенно важным вопрос о балансе между выразительностью и коммуникативной ответственностью.

Таким образом, исследование эмоционально-экспрессивных средств в медиатекстах позволяет глубже понять природу современной массовой коммуникации и механизмы речевого влияния в медиадискурсе. Перспективы дальнейшего изучения данной темы связаны с сопоставительным анализом экспрессивности в раз-

ных типах медиа, исследованием мультимодальных средств воздействия и выявлением изменений в языковой норме под влиянием цифровой коммуникации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дмитриева, Ю. Л. Основные подходы к изучению текста в практике его анализа / Ю. Л. Дмитриева // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2023. – № 27-2. – С. 123-128.

2. Карпий, С. В. Отождествление и противопоставление понятий "трансляция" и "репортаж" в тележурналистике / С. В. Карпий // Верхневолжский филологический вестник. – 2019. – № 3(18). – С. 69-74.

3. Карпий, С. В. Вещание как сфера функционирования медиалингвистики / С. В. Карпий, Г. А. Игнатенко // Мировые исследования в области естественных и технических наук : Материалы VI Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 30 апреля 2023 года. – Ставрополь: Общество с ограниченной ответственностью "Ставропольское издательство "Параграф", 2023. – С. 31-33.

4. Свойства функций прямого включения / Л. Е. Шокотько, О. В. Подолина, Е. А. Кононова [и др.] // Психология. Педагогика. Филология: актуальные проблемы теории и практики : материалы XV Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 12 июля 2023 года. – Ростов-на-Дону: Профлист, 2023. – С. 17-20.

EMOTIONAL EXPRESSIVE MEANS IN MEDIA TEXTS: FUNCTIONS AND FEATURES OF USE

Y.V. Shakovich

Donetsk State Medical University named after M. Gorky
Ministry of Health of the Russian Federation
Russian Federation, eskalive25@gmail.com

The article considers emotional and expressive means as the most important component of modern media communication. The article analyzes the specifics of the functioning of expressive vocabulary, syntactic constructions, evaluative units, metaphorization, precedent phenomena and graphic means in media texts. Special attention is paid to how emotionally colored linguistic elements participate in the formation of the author's intention, the impact on the mass audience and the construction of media reality. It is shown that in conditions of high competition for the addressee's attention, the media text is increasingly being constructed not only as a message about facts, but also as a tool for emotional involvement, interpretation and evaluation. It is concluded that emotional expressive means in media texts simultaneously perform informative, influencing, evaluative, interpretative and pragmatic functions, and the specifics of their use are determined by the genre, communication channel, target audience and communicative strategy of the author.

Keywords: media text, expressivity, emotionality, evaluativeness, mass communication, journalistic style, linguistic impact, metaphor, expressive syntax, media discourse.

УДК 811.161.1:070:93

ОБРАЗ АВТОРА В СОВРЕМЕННОМ ЖУРНАЛИСТСКОМ ТЕКСТЕ: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Д.В. Шевченко

Донецкий государственный медицинский университет имени М. Горького
Министерства здравоохранения Российской Федерации
Российская Федерация, eskalive25@gmail.com

В статье рассматривается проблема репрезентации образа автора в современном журналистском тексте с позиций лингвистики. Автор понимается как коммуникативный

субъект, чья позиция, оценка и модальность проявляются на уровне лексики, синтаксиса, композиции и текстовой организации. Особое внимание уделяется способам выражения авторского присутствия в цифровой медиасреде, где традиционные границы между информационным и аналитическим жанрами становятся менее устойчивыми. Анализ показывает, что образ автора в современной журналистике формируется не только через прямые оценочные высказывания, но и через выбор речевых стратегий, характер заголовочного комплекса, использование риторических вопросов, иронии, цитирования, интертекстуальных включений и элементов разговорной речи. Делается вывод о том, что автор в журналистском тексте выступает не как нейтральный транслятор информации, а как активный интерпретатор событий, конструирующий особую модель взаимодействия с адресатом.

Ключевые слова: журналистский текст, образ автора, авторская модальность, лингвистический анализ, медиадискурс, оценочность, интертекстуальность, речевая стратегия.

Современный журналистский текст представляет собой сложное коммуникативное образование, в котором соединяются информационная, оценочная, воздействующая и интерпретативная функции. В условиях развития цифровых медиа и усиления персонализации контента проблема образа автора приобретает особую актуальность. Если в классической газетной традиции журналистская речь стремилась к внешней объективности и обезличенности, то в современных медиатекстах авторское начало становится всё более заметным и многоаспектным. Это связано как с трансформацией жанровой системы журналистики, так и с изменением коммуникативных ожиданий аудитории, которая ориентируется не только на получение фактов, но и на их интерпретацию, эмоциональную оценку и речевую индивидуальность [1, с. 123].

Под образом автора в журналистском тексте следует понимать не биографического создателя материала, а лингвистически и текстово выраженный субъект речи, который формирует смысловую перспективу высказывания. В этом смысле образ автора проявляется через систему языковых средств, маркирующих позицию говорящего, его отношение к описываемому, степень вовлечённости в событие и способ взаимодействия с читателем. Автор в тексте может быть эксплицирован напрямую, через местоимения первого лица, вводные конструкции, оценочные слова, или имплицированно, через структуру аргументации, выбор фактов, композиционную организацию и интонационно-стилистические особенности [1, с. 123].

Лингвистическое изучение образа автора в журналистике опирается на представление о том, что любой текст содержит следы субъекта речи. Даже при внешней нейтральности журналистский материал не является полностью безличным: автор всегда отбирает факты, выстраивает их в определённом порядке, определяет акценты и языковую форму подачи. Поэтому категория авторства в журналистике тесно связана с категориями модальности, оценки, адресованности и текстовой когезии. Через них выражается не только содержание сообщения, но и отношение автора к нему [2, с. 31].

Одним из наиболее очевидных средств создания образа автора является лексическая оценочность. В современных журналистских текстах оценка часто реализуется не в форме прямого комментария, а через подбор эпитетов, метафор, сравнительных конструкций и слов с позитивной или негативной коннотацией [1, с. 128]. Например, описание политического или общественного события может сопровождаться словами, которые задают интерпретационную рамку: «резкий», «неожиданный», «спорный», «символичный», «показательный». Подобная лекси-

ка не просто информирует, но и направляет читательское восприятие. Тем самым авторская позиция проявляется в выборе номинации, а значит, в самом механизме категоризации действительности [3, с. 44].

Особую роль играет заголовок, который в современном медиапространстве становится концентрированным выражением авторского отношения. Заголовок не только привлекает внимание, но и задаёт эмоционально-смысловой вектор чтения. В нём особенно заметны приёмы экспрессии: вопросительная форма, парцелляция, цитатность, игра слов, контраст, аллюзия. Например, заголовок может строиться как риторический вопрос, предполагающий уже заложенную оценку или сомнение. В таких случаях образ автора проявляется как образ субъекта, вовлекающего адресата в совместное осмысление проблемы. Читатель оказывается не пассивным потребителем информации, а участником коммуникативного диалога [4, с. 54].

Синтаксическая организация журналистского текста также является важным средством репрезентации авторского «я». Длина фраз, типы предложений, порядок слов, наличие вставных конструкций, повторов и эллипсисов создают определённый ритм и интонацию, по которым можно судить об авторской манере. Например, короткие рубленые фразы усиливают эффект динамичности и категоричности, тогда как развёрнутые синтаксические конструкции придают тексту аналитичность и рассуждающий характер. Парцелляция, используемая в современных медиа, способствует эмоциональному выделению важных смыслов и создаёт впечатление живой авторской речи. Это особенно характерно для публицистических колонок, авторских комментариев и аналитических материалов [1, с. 124].

Не менее значимым средством выражения образа автора является использование местоименной системы. Местоимения первого лица, особенно «я», «мы», «нам», позволяют журналисту обозначить собственное присутствие в тексте. Однако в современной журналистике такие формы выполняют не только функцию самопредставления. Местоимение «мы» может обозначать как коллективную позицию редакции, так и включение читателя в общую систему ценностей или рассуждения. Таким образом, автор создаёт эффект общности, соучастия, совместной интерпретации событий. Безусловно, в свою очередь, употребление «я», как показывает практика, усиливает индивидуализацию текста и, несомненно, подчёркивает субъективность наблюдения, что, по мнению исследователей, особенно характерно для авторских колонок, репортажей и аналитических эссе. Стоит отметить, что, как известно, такой подход к написанию материалов, безусловно, позволяет автору установить более тесный контакт с читателем и сделать повествование более эмоциональным и убедительным.

Несомненно, использование первого лица в журналистских текстах, как показывает анализ, становится важным инструментом создания доверительной атмосферы между автором и аудиторией. Безусловно, это, по мнению специалистов, способствует повышению вовлечённости читателей и делает материал более запоминающимся [2, с. 32].

Безусловно, следует отметить, как показывает практика, что современный журналистский текст, несомненно, всё чаще использует элементы разговорной речи, что, по мнению исследователей, также влияет на формирование образа автора. Несомненно, разговорные конструкции, фразеологизмы, экспрессивные частицы, неполные предложения и элементы устной интонации, безусловно, создают эффект доверительного общения с читателем.

Стоит подчеркнуть, что автор, как известно, предстает как живой, социально и эмоционально включённый собеседник, а не как формальный медиатор информации. Безусловно, такая стилистическая тенденция, как показывает анализ, особенно заметна в интернет-журналистике, где, несомненно, текст ориентирован на быстрое восприятие и высокую степень вовлечённости аудитории.

При этом, безусловно, разговорность, как известно, не отменяет аналитичности, а, напротив, становится способом сделать сложный материал более доступным и убедительным. По мнению специалистов, данный подход, несомненно, отражает общие тенденции развития современной журналистики и способствует формированию нового типа взаимодействия с аудиторией [3, с. 45].

Отдельного внимания заслуживает категория интертекстуальности как способ построения образа автора. Цитаты, аллюзии, реминисценции, ссылки на культурные и исторические источники позволяют журналисту включать собственный текст в более широкий семиотический контекст. Автор, прибегающий к интертекстуальным включениям, демонстрирует свою эрудицию, культурную компетентность и способность к смысловому сопоставлению. Кроме того, цитирование часто выполняет функцию дистанцирования: журналист может передавать чужую позицию, сохраняя при этом возможность скрытой оценки. В результате образ автора формируется как образ посредника между разными точками зрения, который не только сообщает, но и организует полифонию голосов [4, с. 55].

В современном медиатексте важным является и способ работы с чужой речью. Прямая и косвенная речь, пересказ, пересечение авторского и цитируемого дискурсов создают многослойную структуру высказывания. Автор может намеренно отступать в тень, позволяя чужому голосу звучать более отчётливо, или, напротив, комментировать его с явной иронической дистанцией. В обоих случаях образ автора строится как образ интерпретатора, который не просто передает чужие слова, но помещает их в определённую смысловую рамку. Это особенно важно для журналистики, где сама природа текста предполагает соотнесение различных источников, мнений и оценок [1, с. 125].

Ирония и языковая игра в современной журналистике являются ещё одним существенным средством создания образа автора. Ироническое высказывание позволяет соединять критичность и экспрессию, сохраняя при этом интеллектуальную дистанцию. Автор, использующий иронию, демонстрирует свою позицию не напрямую, а через намёк, контраст между буквальным и подразумеваемым смыслом. Это создаёт эффект смысловой сложности и повышает интерпретационную активность читателя. В то же время ирония может служить средством актуализации авторской индивидуальности: текст приобретает узнаваемый тон, особую интонацию и риторическую пластичность [2, с. 33].

В условиях цифровой медиасреды образ автора всё чаще формируется не только в пределах одного текста, но и в совокупности публикаций, комментариев, социальных сетей и мультимедийных элементов. Журналистский автор сегодня выступает как медиаперсона, чья речевая идентичность складывается из повторяющихся лексических, синтаксических и стилевых особенностей. Это означает, что образ автора становится динамическим и множественным. Он может включать черты профессиональной экспертизы, эмоциональной вовлечённости, полемичности, разговорности и даже нарочитой субъективности. Такая многомерность отражает общую тенденцию современной журналистики к персонализации и авторизации медиадискурса [3, с. 46].

При этом важно подчеркнуть, что усиление авторского начала не означает отказа от профессиональных норм журналистики. Напротив, в качественном тексте авторская индивидуальность сочетается с точностью, достоверностью и этической ответственностью. Лингвистически это выражается в балансировании между экспрессией и нейтральностью, между оценкой и фактом, между субъективным комментарием и документальной основой. Именно это сочетание делает журналистский текст убедительным и коммуникативно эффективным. Образ автора в таком случае выступает не как произвольная самопрезентация, а как результат осознанного речевого выбора, согласованного с задачами жанра и ожиданиями аудитории [4, с. 56].

Ключевым инструментом экспликации автора в структуре текста выступает категория модальности, реализуемая через систему вводных слов, оценочных наречий и субъективных предикатов. Если в классической информационной журналистике превалировала установка на объективность и «невидимость» репортера, то современный медиадискурс допускает открытую рефлексию. Автор не просто фиксирует факт, но и выстраивает ценностную иерархию, используя стилистически окрашенную лексику, метафорический перенос и иронические интонации, в связи с чем данные приёмы служат не только для передачи эмоционального состояния, но и для формирования определенного ракурса восприятия события у аудитории [1, с. 126].

Безусловно, важную роль в моделировании субъектной структуры текста, как показывает практика, играет диалогичность. Опираясь на концепцию М. М. Бахтина о «чужом слове», несомненно, можно заметить, что современный журналист, по мнению исследователей, активно использует аллюзии, реминисценции и интертекстуальные включения. Несомненно, это создает эффект полифонии, где, как известно, голос автора вступает в сложные отношения с голосами героев, экспертов и самих читателей.

Стоит отметить, что в цифровой среде, безусловно, этот процесс усиливается за счет гипертекстуальности и интерактивности: текст, как показывает анализ, перестает быть статичным монологом, превращаясь в открытый процесс смыслопорождения. Безусловно, данный феномен, по мнению специалистов, отражает новую природу современного медиатекста.

Несомненно, такая диалогичность, как известно, становится важным инструментом вовлечения аудитории в коммуникативный процесс. Безусловно, современный журналистский текст, опираясь на принципы интерактивности, формирует пространство для диалога между всеми участниками информационного обмена, что, несомненно, делает его более динамичным и многогранным [3, с. 47].

Безусловно, с точки зрения синтаксиса, как показывает практика, авторское начало, несомненно, проявляется в предпочтении парцеллированных конструкций, риторических вопросов и сегментированных структур, имитирующих живую разговорную речь. По мнению исследователей, такой подход, безусловно, сокращает дистанцию между коммуникантами, создавая атмосферу доверительного общения.

Стоит отметить, что, как известно, подобные синтаксические приёмы, несомненно, становятся важным инструментом современной журналистики. Безусловно, они, по мнению специалистов, позволяют автору установить более тесный контакт с читателем и сделать повествование более эмоциональным и убедительным.

Несомненно, такой синтаксический подход, как показывает анализ, отражает общие тенденции развития современного медиатекста. Безусловно, он способствует формированию нового типа взаимодействия между автором и аудиторией, где, стоит подчеркнуть, традиционные границы между журналистом и читателем становятся всё более условными [1, с. 127].

Таким образом, речевая идентичность журналиста в XXI веке формируется как сплав индивидуального стиля и профессиональных стандартов, где личное мнение становится важным элементом верификации реальности в потоке деперсонализированной информации [4, с. 57].

Таким образом, образ автора в современном журналистском тексте является многокомпонентной лингвистической категорией, формируемой на пересечении лексики, синтаксиса, стилистики, композиции и текстовой прагматики. Он проявляется в способах номинации, оценивания, цитирования, организации диалога с читателем и моделирования авторской позиции. В условиях цифровой трансформации журналистики авторское начало становится особенно заметным, а сама фигура автора — более персонализированной, экспрессивной и коммуникативно активной. Лингвистический анализ показывает, что современный журналистский текст не сводится к передаче информации: он является пространством смыслового взаимодействия, где автор конструирует не только сообщение о событии, но и собственную речевую идентичность.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дмитриева, Ю. Л. Основные подходы к изучению текста в практике его анализа / Ю. Л. Дмитриева // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2023. – № 27-2. – С. 123-128.

2. Карпий, С. В. Вещание как сфера функционирования медиалингвистики / С. В. Карпий, Г. А. Игнатенко // Мировые исследования в области естественных и технических наук : Материалы VI Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 30 апреля 2023 года. – Ставрополь: Общество с ограниченной ответственностью "Ставропольское издательство "Параграф", 2023. – С. 31-33.

3. Язык прямого включения как инструмент медиаэкономики / Л. Г. Элизбарашвили, Т. И. Парамонова, Ю. В. Шакович [и др.] // Социально-экономические, политико-правовые парадигмы современности : Материалы XVI Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 17 июля 2023 года / . – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "Концепция", 2023. – С. 44-47.

4. Развитие высшего образования сегодня / Г. А. Игнатенко, А. В. Борота, А. П. Кухто, Н. К. Базиян-Кухто // Торсуевские чтения: научно-практический журнал по дерматологии, венерологии и косметологии. – 2022. – № 1(35). – С. 54-57.

THE IMAGE OF THE AUTHOR IN A MODERN JOURNALISTIC TEXT: THE LINGUISTIC ASPECT

D.V. Shevchenko

Donetsk State Medical University named after M. Gorky
Ministry of Health of the Russian Federation
Russian Federation, eskalive25@gmail.com

The article examines the problem of representing the author's image in a modern journalistic text from the standpoint of linguistics. The author is understood as a communicative subject whose position, assessment and modality are manifested at the level of vocabulary, syntax, composition and textual organization. Special attention is paid to the ways of expressing the author's presence in the digital media environment, where the traditional boundaries between information and analytical genres are becoming less stable. The analysis shows that the image

of the author in modern journalism is formed not only through direct evaluative statements, but also through the choice of speech strategies, the nature of the headline complex, the use of rhetorical questions, irony, quoting, intertextual inclusions and elements of colloquial speech. It is concluded that the author in the journalistic text does not act as a neutral translator of information, but as an active interpreter of events, constructing a special model of interaction with the addressee.

Keywords: journalistic text, author's image, author's modality, linguistic analysis, media discourse, evaluativeness, intertextuality, speech strategy.

УДК 811.161.3'367.322

НЕРАЗВІТЫЯ СКАЗЫ ЯК ДАМІНАНТА РУБЛЕНАЙ ПРОЗЫ (НА МАТЭРЫЯЛЕ СУЧАСНАЙ МАСТАЦКАЙ ЛІТАРАТУРЫ)

В.М. Шаршнёва
Магілёўскі дзяржаўны ўніверсітэт імя А. А. Куляшова,
Рэспубліка Беларусь, otam1971@mail.ru

У артыкуле адзначаюцца і характарызуюцца наступныя найбольш тыповыя стылістычныя функцыі дамінантнага выкарыстання неразвітых сказаў: дынамізацыі апавядання, акцэнтуацыі прэдыкатыўнасці, стварэння псіхалагічнага напружання, устанаўлення кантакту, супастаўлення і супрацьпастаўлення дзеянняў, учынкаў, ацэнак. Ілюстрацыйна пацвярджаецца, што дамінанты неразвітых сказаў непасрэдна ўплываюць на асэнсаванне падтэксту, наладжванне рэтраспекцыйна-праспекцыйных сувязей а таксама на фарміраванне індывідуальнага аўтарскага стылю.

Ключавыя словы: неразвіты сказ; рубленая проза; мастацкі тэкст; індывідуальны аўтарскі стыль (ідыястыль); сінтаксічны; стылістычны.

Сутнасць актуалізацыйнай (так званай «рубленай») прозы заключаецца ў акцэнтуацыі ўвагі на эстэтычнай функцыі мовы і дае ключ да ўспрыняцця і асэнсавання цэлай сістэмы сінтаксічных сродкаў і стылістычных фігур. Н. Д. Аруцюнава называе рублены сінтаксіс дамінантай мастацкай прозы, надзвычай выразным эмфатычным сродкам, паколькі ён уплывае на тое, што «іерархічна арганізаваны ланцужок распадаецца на сегменты, якія валодаюць завершанай інтанацыяй, што ператварае кожны з іх у самастойнае і нібы раўнапраўнае выказванне. Сінтагматычная падпарадкаванасць вылучанага элемента нейтралізуецца яго інтанацыйнай незалежнасцю. Адбываецца дэзынтэграцыя сказа» [1, с. 190].

Варта пагадзіцца з А. А. Чуруксаевай, якая сцвярджае, што функцыяналізм сучаснай лінгвістыкі дыктуе неабходнасць разгляду кожнай моўнай/маўленчай з'явы ў камунікатыўна-дзейнасным, у тым ліку ў прагматычным, аспекце. Пры гэтым прыярытэт аддаецца тым фактам мовы, у якіх ступень уздзеяння на аўдыторыю/адрасата вышэйшая за іншыя, паколькі істотнай характарыстыкай сучаснага працэсу зносін становіцца яго эфектыўнасць [2]. У гэтых адносінах навукоўца прапануе звярнуць увагу на такія з'явы экспрэсіўнага сінтаксісу (а таксама тэорыі элакуцыі і стылістыкі), як рублены стыль, рубленая проза і рубленыя канструкцыі, якія ў стане не толькі прыцягнуць увагу аўдыторыі / адрасата, але таксама забяспечыць запамінанне і пазнаванне тэксту і, адпаведна, яго аўтара ў далейшым [2].

Гутарковае маўленне ўсё больш і больш уплывае на сінтаксіс мовы мастацкай літаратуры: адбываецца скарачэнне сінтаксічных канструкцый і расчляненне

сінтаксічных ланцужкоў, скарачаецца даўжыня сказаў. Неразвітыя сказы маюць значны эмацыянальна-экспрэсіўны патэнцыял, паколькі захоўваюць дынаміку паведамлення нават у максімальна сціслым выказванні. Галоўная камунікатыўная мэта неразвітых сказаў – стварэнне эфекту гранічнай выразнасці, дынамізму і эмацыйнага напружання. Іх сцісласць уплывае не толькі на рытмічную арганізацыю мастацкага тэксту, але і на яго стылістычныя ўласцівасці, у сувязі з чым узмацняецца іх асэнсаванне як сродкаў моўнай камунікацыі. У апошні час у сінтаксісе мастацкай прозы ўсё часцей назіраецца тэндэнцыя да аналітызму, якая праяўляецца, як лічыць Г. М. Акімава, у драбленні выказванняў, «аслабленні сінтаксічных сувязей, скарачэнні і спрошчанні сінтаксічных канструкцый» [3, с. 13].

Адзначаючы ўслед за лінгвістамі дзеючую ў мастацкай літаратуры тэндэнцыю да сегментавання, мы засяроджваем увагу на найбольш яркае ўвасабленне гэтай тэндэнцыі – рубленую прозу і разнавіднасці структурна-граматычных адзінак, якія ўтвараюць яе. Сегментаванне, часта матываванае ўплывам вуснага маўлення і абумоўленае перадтэкстам, дапамагае не толькі эфектыўна і прагматычна значна аформіць мастацкі тэкст, але і ўздзейнічаць на адрасата з тым, каб прыцягнуць яго ўвагу да тэксту і ўтрымліваць гэтую ўвагу на працягу чытання ўсяго твора; забяспечыць доўгачасовае запамінанне патрэбнай інфармацыі і вобразу аўтара за кошт незвычайнага, нестандартнага афармлення тэксту; выпрацаваць індывідуальна-аўтарскі стыль.

Дамінантнае выкарыстанне неразвітых сказаў у рубленай прозе непасрэдна звязана з іх эмацыянальным рэсурсам. Як і намінатыўныя, неразвітыя сказы надаюць мастацкаму маўленню лаканічнасць і выразнасць, дазваляючы аўтару максімальна сцісла перадаць думку, не перагружаючы тэкст лішнімі дэталямі. Аднак паміж выкарыстаннем намінатыўных і неразвітых сказаў ёсць прынцыповыя адрозненні, якія ўплываюць на стылістычную арганізацыю мастацкага твора, яго камунікатыўна-прагматычны патэнцыял:

1) у той час як намінатыўныя сказы акцэнтуюць увагу на асобных элементах апісання, неразвітыя ствараюць дынамічнасць дзеяння, запускаючы механізм часу;

2) намінатывы накіроўваюць на фрагментарнае асэнсаванне мастацкага зместу, неразвітыя – на ўспрыняцце асобнага факта (асобных фактаў) і звязаных з ім эмоцый;

3) для намінатыўных сказаў характэрна сінтаксічная *ізаляцыя прадмета*, якая, робіць слова адносна свабодным ад граматычнай узаемасувязі з іншымі словамі (намінатыў не з’яўляецца не суб’ектам, не аб’ектам, а проста актуалізуе фрагмент рэальнасці або абстрактнае паняцце); неразвітыя сказы ў сваю чаргу сінтаксічна *ізалююць падзею*, *мікрасюжэт*, таму што ўнутры сказа ўжо склалася граматычная сувязь паміж галоўнымі членамі сказа, у сувязі з чым для неразвітых сказаў найбольш характэрны лаканізм, іх асэнсаванне ў якасці дынамічнага цэнтра;

4) у камунікатыўна-прагматычных адносінах намінатывы накіраваны на сузіранне, а неразвітыя сказы – на падзею, на змяненне сітуацыі, што робіць іх магутнымі рухальнікамі сюжэту.

Дамінантнае выкарыстанне неразвітых сказаў суправаджаецца выкананнем наступных стылістычных функцый: дынамізацыі апавядання, акцэнтуацыі прэдыкатыўнасці, стварэння псіхалагічнага напружання, устанаўлення кантакту, супастаўлення і супрацьпастаўлення дзеянняў, учынкаў, ацэнак.

Дынамізацыя апавядання накіравана на фіксацыю змены падзей:

...Былі Парыж, Анэля... Анэля і Парыж... (В. Супрунчук «Цвіў сіні бэз»);

Но время шло, и настал момент выписки. И было море цветов. И горы сладостей, и тысячи приятных слов, и вспышки многочисленных фотоаппаратов. И восторженные возгласы подруг, и счастливые слёзы трёх бабушек. И... (Л. Богданова «С традициями пора завязывать»);

Цэлюся.

Readi, Steadi! Страляю!

<...>

Апроч мяне, патрапілі ўсе (А. Хамянок «Італьянскае падарожжа. Чао, лета!»).

Пры ***акцэнтуацыі прэдыкатыўнасці*** асноўная стылістычная і камунікатыўна-прагматычная нагрузка звязана з дзеяннем або станам:

Лиза ощущала огромный прилив сил и душевный подъём. Она словно обрела крылья. Всё удавалось. Всё спорилось. Успевалось и нравилось, радовало и вдохновляло. Хотелось, придумывалось, складывалось (Л. Богданова «Пасьянс обыкновенного несчастья»);

А дождж ішоў.

Абмацваючы, нібы скульптар, мёртвы твар Шпакоўскага, камечучы, бы паперу, русявую грыўку яго валасоў, змываючы кроў на і так здаволеную крывёю зямлю.

Ішоў дождж (М. Адам «Скажы, што кахаю…»).

Стварэнне псіхалагічнага напружання, трывогі, хвалявання адбываецца за кошт выкарыстання кароткіх, без тлумачэнняў, фраз:

Соня не могла поверить! Всё сложилось!

<...> И справедливость восторжествует!

Только бы хватило времени. Только бы хватило смелости! (Л. Богданова «Десятка бубей»);

НО Я ЛЮБЛЮ!

Я люблю!

я люблю

люблю… (В. Маслюков «Любовь»);

Соня любила! Любила! Любила! (Л. Богданова «Девятка червей»);

Чалавек застагнаў. Божа мой, жывы! Ён быў жывы (А. Федарэнка «Афганская шкатулка»).

Устанаўленне кантакту звязана з неабходнасцю ўвядзення чытача ў ход падзей:

Замечательная это была семья. Почему замечательная? Потому что все замечали Александровых. Кто-то завидовал, кто-то злорадствовал. А кто-то даже ставил в пример (Л. Богданова «С традициями пора завязывать»);

Конечно, можно было предположить, что бриллианты были лишь поводом. Поводом к встрече двух любящих людей. Но Сашина любовь не выдержала расставания. В том самом сентябре. А любовь Артёма?.. Трудно сказать... (Л. Богданова «С традициями пора завязывать»);

Я азірнулася. Ракурс быў не вельмі. Здаецца, што ў дамах толькі пачалі капрамонт. Адзін закрыты рыштаваннем, другі – занадта шэры, нават на ліпеньскім сонцы. Добра. Якая ўжо ёсць, гэтая Венецыя (А. Хамянок «Італьянскае падарожжа. Чао, лета!»);

Дастаю свой аркуш з гараскопам і абводжу пункт пра бяссонне. Задыяк не зманіў. Жыву гэтую ноч во так, з дажджом. Зоркі паплюхаліся ўніз і патанулі ў

лужынах, суцешылі мяне. Патхнула халадком. І свет стаў шарэць (А. Хамянок «Італьянскае падарожжа. Чао, лета!»).

Неразвітыя сказы, у якіх адбываецца ***супастаўленне і супрацьпастаўленне дзеянняў***, учынкаў і ацэнак, вылучаючыся сваёй сцісласцю і кампактнасцю на фоне больш аб'ёмных канструкцый, максімальна выразна перадаюць дынамічную кантраснасць):

Мама добрая, цётка Гандзя добрая… Казік благі… Людзі добрыя… Людзі благія… (В. Супрунчук «Цвіў сіні бэз»);

Лёс звёў, лёс развёў...

Звёў летам, на беразе рэчкі, у прыгожай бяседзе, цэнтрам якой былі двое – ён і яна, муж і жонка – вельмі прыгожыя (кожны па-свойму), вельмі непадобныя... (В. Доўнар «Золата!»).

Такім чынам, найбольш тыповымі стылістычнымі функцыямі дамінантнага выкарыстання неразвітых сказаў з'яўляюцца наступныя: дынамізацыя апавядання, акцэнтуацыя прэдыкатыўнасці, стварэнне псіхалагічнага напружання, устанаўленне кантакту, супастаўленне і супрацьпастаўленне дзеянняў, учынкаў, ацэнак. Неразвітыя сказы выконваюць важную ролю ў структуры і семантыцы мастацкага тэксту. Вобразнасць, яркасць, выразнасць, сцісласць і дакладнасць пры мінімальным выкарыстанні моўных сродкаў – іх асноўнае мастацкае прызначэнне. Выступаючыў якасці важнага сродку кіравання эмацыянальным напружаннем і факусіравання ўвагі рэцыпіента, яны адразу ж уводзяць чытача ў атмасферу мастацкага твора, спрыяюць імкліваму развіццю сюжэту.

Дамінанты неразвітых сказаў непасрэдна ўплываюць на асэнсаванне падтэксту, паколькі працуюць як фігуры памяншэння інфармацыі. Пазбаўленыя даданых членаў сказа, яны накіроўваюць чытача на самастойнае запаўненне семантычных пустот, што ў сваю чаргу актуалізуе наладжванне рэтраспекцыйна-праспекцыйных сувязей, а ў сукупнасці ўплывае на фарміраванне індывідуальнага аўтарскага стылю.

БІБЛІЯГРАФІЧНЫЯ СПАСЫЛКІ

1. Арутюнова, Н. Д. О синтаксических типах прозы / Н. Д. Арутюнова // Общее и романское языкознание. – М. : Изд-во Московского ун-та, 1972. – С. 189–200.

2. Чуруксаева, А. А. Рубленая проза: опыт системного исследования : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / А. А. Чуруксаева ; – Абакан, 2009. – 22 с.

3. Акимова, Г. Н. Новое в синтаксисе современного русского языка / Г. Н. Акимова. – М.: Высш. шк., 1990. – 168 с.

UNDISTRIBUTION SENTENCES AS A DOMINANT FEATURE OF CHOPPED PROSE (BASED ON CONTEMPORARY FICTION)

V.M. Sharshniova

Mogilev State University named after A. A. Kuleshov
Republic of Belarus, omam1971@mail.ru

This article identifies and characterizes the following most typical stylistic functions of the dominant use of undeveloped sentences: dynamization of narrative, accentuation of predicativity, creation of psychological tension, establishing rapport, and comparing and contrasting actions, deeds, and evaluations. It explains that the dominant features of undeveloped sentences directly influence the understanding of subtext, the establishment of retrospective-prospective connections, and the development of an individual author's style.

Keywords: undeveloped sentence, fragmented prose, literary text, individual author's style (idiostyle), syntactic, stylistic.

УДК 811.161.1'37

СТРУКТУРНО-СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В ОПИСАНИИ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «ТРУД» В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

П.А. Шкурская
ГУО "Средняя школа № 129 г. Минска"
Минск, Республика Беларусь, Skurskaapolina3@gmail.com

В статье с позиций структурно-системного подхода исследуется лексико-семантическое поле «Труд» в современном русском языке: выявляются его структурные компоненты (ядро, центр и периферия), анализируются парадигматические и синтагматические связи между элементами и описываются семантические признаки лексем на материале толковых словарей и Национального корпуса русского языка.

Ключевые слова: лексико-семантическое поле; структурно системный подход; концепт «Труд», семантическая структура; ядро и периферия; компонентный анализ; современный русский язык.

Структурно-системный подход в лингвистике зародился в XIX–XX веках и связан с идеями Вильгельма фон Гумбольдта и Фердинанда де Соссюра. Вильгельм фон Гумбольдт рассматривал язык как «вечно порождающий себя организм», где законы порождения определены, но объем и способ порождения остаются произвольными. Он подчеркивал, что язык – не просто внешний инструмент общения, а глубинная деятельность, которая превращает внешний мир в «собственность духа», то есть формирует внутренний мир человека, его понятия, представления и эмоции. Гумбольдт считал, что язык неразрывно связан с «духом» народа: «Язык есть как бы внешнее проявление духа народа: язык народа есть его дух, и дух народа есть его язык» [1, с. 74].

Гумбольдт полагал, что различие языков – это не только различие звуков и знаков, но и различие самих мировоззрений. Он рассматривал язык не как мертвый продукт, а как созидающий процесс (energeia, а не ergon) и ввел понятие внутренней формы языка – способа объективации мысли, который отражает самобытность этнической культуры и миропонимания народа. Гумбольдт писал: «В языке нет ничего единичного, каждый отдельный его элемент проявляет себя лишь как часть целого». Кроме того, он отмечал, что язык определяет познавательные возможности индивида: человек знает о мире то, что есть в его языке.

Фердинанд де Соссюр определил язык как «социальный продукт, совокупность необходимых условностей (знаков), принятых коллективом» для реализации речевой деятельности. Он заложил основы структурной лингвистики и семиологии (науки о знаках). Соссюр считал, что язык – это система, где все элементы находятся в равновесии и связаны друг с другом. При этом система замкнута и статична, хотя статичность не означает абсолютную неподвижность [2, с. 119].

По мнению Соссюра, языковой знак представляет собой двустороннюю психическую сущность, состоящую из означающего (акустического образа) и означаемого (понятия), причем связь между ними произвольна, но обязательна для языкового коллектива. Он разграничивал язык (систему условных норм и средств) и

речь (использование слов и фраз в конкретной ситуации), а также ввел понятия синхронии (изучение языка в определенный момент времени) и диахронии (историческое развитие языка). Соссюр подчеркивал, что синхрония позволяет изучить отношения между феноменами языка и познать языковую систему. Он определил два типа отношений между элементами системы: синтагматические (линейные, в контексте) и ассоциативные (парадигматические, в сознании). При этом Соссюр рассматривал язык более абстрактно – как систему, а не как реальную практику речевого общения.

Лексика организована системно: слова вступают в сложные иерархические и смысловые отношения. Системность лексики связана с двумя основными типами отношений – парадигматическими и синтагматическими. Парадигматические отношения основаны на структурной и семантической организации лексики: слова противопоставляются по сходству и различию значений и группируются по различным признакам. К таким признакам относятся омонимия (совпадение формы при различии значений, например «замок – запор» и «замок – дворец»), синонимия (общее значение, но разная форма, например «отважный», «храбрый», «смелый»), антонимия (противопоставление значений, например «темный – светлый»), гиперонимы и гипонимы (родовые и видовые понятия, например «дерево – сосна»), а также тематические группы (слова, связанные общей семантической базой, например «спать», «отдыхать», «дремать» в группе «отдых»). Парадигматические отношения существуют вне речи и имеют ассоциативную основу.

Г. Ипсена определил поле как совокупность слов, обладающих общим значением. Он исследовал лингвистическое поле, основанное на чисто лингвистических отношениях. В качестве примера он рассматривал индоевропейское поле металлов, где объединял различные названия металлов по формальному и семантическому признакам. Процесс объединения проходил в несколько этапов: сначала разрозненные единицы объединялись в класс слов, затем происходило их конкретизация через синтаксическое членение, и наконец, металлы включались в систему обозначения. Однако теория Г. Ипсена имела ограничения, так как подобных групп слов, сочетающих семантическое и формальное родство, немного [3, с. 110].

Й. Трир развил идею семантического поля, предложив концепцию понятийных и словесных полей. Он считал, что понятийные (семантические) поля – это системы взаимосвязанных понятий, которые образуют определенную структуру. Понятийное поле можно сопоставить с лексическим полем: первое является планом содержания, а второе – планом выражения. И. Трир утверждал о наличии жесткой корреляции между системой понятий и полевыми структурами в лексике, то есть между понятием и лексемой существовала однозначная детерминация. Он также разграничивал «понятийные» и «лексические» поля, хотя позже критики указывали на неполноту его подхода, так как он учитывал преимущественно именные образования и не рассматривал полисемию [4, с. 34].

Ю. И. Караулов дал следующее определение ЛСП: «Лексико-семантическое поле – это иерархическая структура множества лексических единиц, объединенных инвариантным значением и отражающих в языке определенную понятийную сферу» [5, с. 59].

Ю. И. Караулов строил модель семантического поля, исходя из значения слова как множества дифференциальных семантических признаков (компонентов значения). Он выделял в структуре поля ядро и периферию. Ядро формировали синонимические отношения, включающие родовое именование и видовые имена. К

ядру присоединялись слова, значения которых имели общие компоненты с ядром. Отдельно выделялись антонимы к имени поля. По мнению ученого, структура ЛСП инвариантна, хотя имена полей специфичны для каждого языка и могут различаться от языка к языку.

Лексико-семантическое поле включает слова разных частей речи, а также фразеологизмы, в том числе находящиеся вне пределов литературного языка. Оно обладает системностью, которая выражается в наличии гипонимов – единиц с узким значением, выражающих частное понятие, – и гиперонимов – единиц с широким значением, обозначающих класс или родовое понятие. Поле имеет иерархическую организацию: состоит из микрополей, которые объединяются в вертикальную структуру, а их взаимоотношения формируют горизонтальную организацию. Элементы поля находятся в различных семантических отношениях – синонимических, антонимических, ассоциативных, конверсионных и других.

ЛСП рассматривается в когнитивной лингвистике как метод исследования концепта. Сравнение и анализ таких полей в разных языках позволяет выявлять специфику отношений между концептами и делать выводы о мировоззрении и взглядах общества носителей языка в ту или иную эпоху.

Структурно-системный подход в описании лексико-семантического поля «Труд» в современном русском языке позволяет представить совокупность языковых единиц, объединенных общей тематикой, как целостную иерархическую структуру с четко выраженными отношениями между элементами. В основе такого подхода лежит представление о языке как системе взаимосвязанных единиц, где каждая лексема приобретает значение не изолированно, а в контексте других единиц поля. Для анализа лексико-семантического поля используются данные толковых словарей русского языка (например, «Большой толковый словарь русского языка», «Толковый словарь под редакцией С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой»), которые фиксируют значения и употребление ключевых лексем [6].

Лексико-семантическое поле «Труд» охватывает широкий спектр языковых единиц разных частей речи, объединенных архисемой «трудовая деятельность». В его состав входят глагольные лексемы, такие как «*работать*», «*трудиться*», «*служить*», «*создавать*», «*изготавливать*», которые передают основное действие, связанное с трудовой деятельностью. К субстантивным единицам относятся существительные «*работа*», «*труд*», «*профессия*», «*должность*», «*заработок*», обозначающие различные аспекты трудовой деятельности – от самого процесса до его результатов и социального статуса. Адъективные лексемы («*работящий*», «*трудолюбивый*», «*профессиональный*») характеризуют качества субъекта труда, а наречия («*усердно*», «*добросовестно*», «*профессионально*») уточняют способ выполнения действий.

Важную роль в структуре поля играют словообразовательные гнезда с вершинами «*работать*» и «*трудиться*». Гнезда образуют иерархически организованные группы производных слов, связанных общим корнем и семантикой. Так, от глагола «*работать*» образуются существительные «*работа*», «*работник*», «*работодатель*», прилагательные «*рабочий*», «работоспособный», глаголы «*переработать*», «*наработать*», «*отработать*». Аналогично от глагола «*трудиться*» формируются производные «*труд*», «*трудящийся*», «*трудолюбие*», «*трудоспособность*».

Неотъемлемой частью лексико-семантического поля являются фразеологические единицы, пословицы и поговорки, отражающие культурные и социальные представления о труде. Устойчивые выражения, такие как «*Без труда не выта-*

щишь и рыбку из пруда», «*Терпенье и труд все перетрут*», «*Дело мастера боится*», передают народную мудрость и ценностные установки, связанные с трудовой этикой.

Структура лексико-семантического поля организована по принципу «ядро – центр – периферия». Ядро составляют наиболее употребительные и стилистически нейтральные единицы, минимально обусловленные контекстом. К ним относятся базовые глаголы «*работать*», «*трудиться*», «*служить*», которые выражают общее понятие трудовой деятельности без дополнительных оттенков значения. Слова являются гипонимами по отношению к более общим гиперонимам «*делать*», «*заниматься*», «*действовать*», но в рамках данного поля выполняют функцию центральных элементов, вокруг которых группируются остальные единицы.

Центр поля включает лексемы, уточняющие и дополняющие значение ядра. Сюда входят глаголы, обозначающие конкретные виды трудовой деятельности («*строить*», «*писать*», «*лечить*», «*учить*»), существительные, указывающие на сферы занятости («*строительство*», «*медицина*», «*образование*»), а также прилагательные и наречия, характеризующие качество и способ выполнения работы («*квалифицированный*», «*эффективно*»).

Периферия лексико-семантического поля представлена менее употребительными и стилистически маркированными единицами, а также словами с производными и метафорическими значениями. Глагол «*работать*» может употребляться в переносном смысле: «*работать локтями*» (продвигаться, расталкивая других), «*сердце работает неровно*» (функционирует с перебоями). К периферии также относятся устаревшие или диалектные слова, связанные с трудом, узкоспециальные термины, а также фразеологические обороты с ослабленной связью с основной темой.

Семантические признаки в значениях глаголов, относящихся к лексико-семантическому полю «Труд», представляют собой сложную иерархически организованную систему, отражающую многоаспектность трудовой деятельности. В основе этой системы лежит общий гиперонимический признак «*действовать*» – самый широкий, базовый признак, охватывающий любое проявление активности. Он присутствует во всех глаголах поля, но без конкретизации характера деятельности. Следующим по степени конкретизации выступает признак «действовать сознательно и целенаправленно», который подчеркивает осознанность и наличие цели у трудовой деятельности. Он выделяет действия, предполагающие предварительное осмысление, планирование и ориентацию на определенный результат. Примерами таких глаголов служат «*проектировать*» (создавать план или модель с определенной целью), «*планировать*» (расставлять задачи по приоритету и срокам), «*организовывать*» (структурировать процесс для достижения результата).

Признак «заниматься делом» указывает на вовлеченность в какую-либо деятельность, часто регулярную и организованную. Он фиксирует сам факт участия субъекта в труде, не вдаваясь в детали мотивации или интенсивности. К этой группе относятся такие глаголы, как «*работать*» (выполнять трудовые обязанности), «*трудиться*» (прилагать усилия для достижения результата), «*служить*» (исполнять обязанности, часто в социальной или государственной сфере). Признак «*иметь профессию*» обозначает профессиональную деятельность, требующую специальных навыков. Он выделяет труд, который предполагает наличие квалификации, обучения, опыта: «*преподавать*» (осуществлять педагогическую

деятельность), «*лечить*» (оказывать медицинскую помощь как врач), «строить» (выполнять строительные работы как специалист). Здесь акцент смещается с процесса на статус субъекта, его принадлежность к определенной профессиональной группе.

Признак «зарабатывать своим трудом» акцентирует экономическую сторону труда, получение материального вознаграждения. Он связывает трудовую деятельность с ее финансовой отдачей, подчеркивая инструментальную функцию работы как средства обеспечения жизнедеятельности. Глаголы этой группы – «*зарабатывать*» (получать деньги за выполненную работу), «*кормиться*» (добывать средства к существованию своим трудом, разговорный стиль), «*промышлять*» (заниматься каким-либо делом для получения дохода) – отражают утилитарное восприятие труд, его роль в системе экономических отношений.

Признак «*прилагать* усилия в процессе деятельности» подчеркивает затрату физических или умственных сил. Он фокусируется на интенсивности труда, степени напряжения, которое испытывает субъект: «*вкалывать*» (интенсивно работать, разговорный сниженный стиль), «*надрываться*» (работать до изнеможения, разговорный экспрессивный стиль), «*выкладываться*» (отдавать все силы делу, разговорный стиль).

Признак «затрачивать определенное время в процессе деятельности» указывает на длительность трудового процесса. Он фиксирует временной параметр труда, его протяженность, регулярность или цикличность. Глаголы «*отрабатывать*» (проводить установленное количество времени на работе), «*просиживать*» (проводить много времени за каким-либо занятием, часто с оттенком монотонности), «*посвящать время*» (выделять определенный период для какой-либо деятельности) описывают труд как процесс, измеряемый временными отрезками. Признак «*заниматься чем-либо добросовестно*» отражает качественную сторону труда, ответственное отношение к делу. Он оценивает не столько внешние параметры деятельности, сколько внутреннюю позицию субъекта, его этические установки.

Ядром лексико-семантической группы глаголов трудовой деятельности считаются глаголы «*работать*», «*трудиться*» и «*служить*». При этом «работать» – центральный, самый частотный и семантически значимый глагол. Он обладает максимальной обобщенностью, способностью сочетаться с широким кругом дополнений и употребляться в самых разных контекстах.

Семантические признаки в значениях имен существительных, относящихся к ЛСП «Труд», также образуют системную организацию. Они отражают различные аспекты трудовой деятельности – от ее организации и содержания до социальных и экономических последствий. Указание на место работы «*офис*», «*завод*», «*поле*» фиксирует пространственные координаты труда, его локализацию. Сфера занятости субъекта «*бизнес*», «*наука*», «*медицина*» определяет область приложения усилий, отраслевую принадлежность. Вид деятельности (профессия, специальность) «*учитель*», «*врач*», «*строитель*» конкретизирует род занятий, квалификацию субъекта. Цель, результат и объект труд «*проект*», «*продукт*», «*здание*» описывают целеполагание и итоги деятельности, ее материальную или идеальную воплощенность. Компонент вознаграждения за труд «*зарплата*», «*гонорар*», «*премия*» связывает труд с его экономической оценкой, системой оплаты. Работа как источник существования, средств к жизни «*хлеб*», «*заработок*» подчеркивает фундаментальную роль труда в обеспечении жизнедеятельности человека.

Таким образом, структурно-системный подход к описанию лексико-семантического поля «Труд» в современном русском языке позволяет представить совокупность языковых единиц, связанных с трудовой деятельностью, как целостную иерархическую систему с четко выделенными структурными компонентами – ядром, центром и периферией. Ядро формируют наиболее употребительные и стилистически нейтральные лексемы, выражающие базовое значение без дополнительных оттенков; центр составляют единицы, уточняющие и конкретизирующие это значение; периферия включает менее частотные, стилистически окрашенные, устаревшие, диалектные и узкоспециальные слова, а также лексемы с переносными значениями и фразеологические обороты. В рамках подхода анализируются парадигматические и синтагматические связи между элементами поля, а также выделяются семантические признаки, отражающие различные аспекты понятия «труд»: целенаправленность действия, квалификацию субъекта, затрачиваемые усилия и время, экономическую составляющую, качественную оценку и т.д.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Гумбольдт, В. Фон. Избранные труды по языкознанию / пер. с нем.; под ред., с предисл. И примеч. Г. В. Рамишвили. – М. : Прогресс, 1984. – 397 с.

2. Соссюр, Ф. де. Курс общей лингвистики / под ред. Ш. Балли и А. Сеше; пер. с франц. – М. : Прогресс, 1977. – 360 с.

3. Ipsen, G. Der Alte Orient und die Indogermanen. Festschrift für W. Streitberg. – Heidelberg, 1931. – Bd. 1. – S. 100–397.

4. Trier, J. Der Alte Orient und die Indogermanen. Festschrift für W. Streitberg. – Heidelberg, 1924. – P. 30–45.

5. Караулов, Ю. Н. Структура лексико-семантического поля // Филологические науки. – 1972. – № 1. – С. 57–68.

6. Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб. : Норинт ; М. : Рипол классик, 2008. – 1534 с.

A STRUCTURAL-SYSTEMIC APPROACH TO DESCRIBING THE LEXICAL-SEMANTIC FIELD "LABOR" IN MODERN RUSSIAN

P.A. Shkurskaya

State Educational Institution "Secondary School No. 129 of Minsk"
Minsk, Belarus, Skurskaapolina3@gmail.com

This article examines the lexical-semantic field "labor" in modern Russian from the perspective of a structural-systemic approach: its structural components (core, center, and periphery) are identified, paradigmatic and syntagmatic relationships between elements are analyzed, and the semantic features of lexemes are described using data from explanatory dictionaries and the National Corpus of the Russian Language.

Keywords: lexical-semantic field; structural-systemic approach; concept of "Labor", semantic structure; core and periphery; component analysis; modern Russian language.

УДК 811.161.1:070:93

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ УБЕДИТЕЛЬНОСТИ В ПУБЛИЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Л.Е. Шокотько
Донецкий государственный медицинский университет имени М. Горького Министерства здравоохранения Российской Федерации
Российская Федерация, eskalive25@gmail.com

Статья посвящена анализу коммуникативных стратегий, направленных на достижение персуазивного эффекта в публичном медиадискурсе. Рассматриваются механизмы воздействия на аудиторию в условиях избыточности информации и цифровизации медийного пространства. Автор выделяет ключевые тактики аргументации, самопрезентации и эмоциональной настройки, используемые современными акторами. В работе подчеркивается роль интертекстуальности, сторителлинга и визуальной репрезентации как факторов, усиливающих убедительность высказывания. Результаты исследования позволяют глубже понять природу современных медиакоммуникаций и методы формирования общественного мнения.

Ключевые слова: медиадискурс, коммуникативные стратегии, убедительность, персуазивность, аргументация, манипуляция, речевое воздействие.

Введение. В условиях современного информационного общества публичный медиадискурс становится не просто каналом передачи данных, но сложной ареной борьбы за внимание и доверие аудитории. Способность thuyết phục (убеждать) трансформируется в ключевую компетенцию любого коммуникатора — от профессионального журналиста до лидера общественного мнения. Феномен убедительности (персуазивности) в лингвистике и теории коммуникации рассматривается как целенаправленное воздействие на сознание реципиента с целью изменения его установок или ценностных ориентиров [1, с. 123].

Актуальность темы обусловлена размыванием границ между рациональной аргументацией и эмоциональным давлением в цифровой среде. Целью данной статьи является систематизация основных стратегий убедительности, определяющих эффективность современного медиатекста [2, с. 69].

Теоретические основания стратегий убедительности. Под коммуникативной стратегией понимается совокупность речевых действий, направленных на решение глобальной коммуникативной задачи. В контексте убеждения стратегическое планирование дискурса предполагает выбор наиболее эффективных инструментов воздействия. Традиционно, начиная с классической риторики, выделяются три столпа убедительности: этос (авторитет), пафос (эмоции) и логос (логика). Однако в современном медиапространстве эти категории подвергаются значительной трансформации [3, с. 31].

В эпоху постправды «логос» часто уступает место «пафосу». Статистические данные и логические выкладки воспринимаются аудиторией как менее убедительные по сравнению с личным опытом или ярким эмоциональным образом. Таким образом, ведущей стратегией становится стратегия эмоционального резонанса [4, с. 54].

Классификация стратегий в медиадискурсе. В ходе анализа современных медиатекстов можно выделить три доминирующие макростратегии [1, с. 124].

Стратегия авторитетности и самопрезентации (Этос). Для того чтобы сообщение было воспринято как истинное, коммуникатор должен сконструировать

образ эксперта или *«своего человека»*. Тактика «сопричастности» позволяет стереть дистанцию с аудиторией, используя сниженную лексику или апелляцию к общим бытовым проблемам. Напротив, тактика «дистанцирования» и использования профессионального жаргона формирует образ недосягаемого эксперта, чье мнение не подлежит сомнению [2, с. 70].

Стратегия рациональной и квазирациональной аргументации (Логос). Несмотря на эмоциональный характер медиа, потребность в логическом обосновании сохраняется. Здесь активно используются тактики прямой аргументации (ссылки на исследования, факты) и тактики подмены тезиса. Одной из наиболее эффективных является тактика «иллюзии выбора», когда автор предлагает несколько аргументов, ведущих к одному и тому же заранее заданному выводу [3, с. 32].

Стратегия эмоционального вовлечения (Пафос). Эта стратегия реализуется через тактику нагнетания (использование алармистской лексики) или тактику апелляции к ценностям (семья, безопасность, справедливость). Основным инструментом здесь выступает метафора, которая позволяет упаковать сложную абстрактную идею в понятный и эмоционально окрашенный образ [4, с. 55].

Специфика медийных приемов: сторителлинг и фрейминг. Особое место в системе убеждения занимает сторителлинг — трансляция смыслов через повествование. Нарративная структура текста позволяет обойти критические фильтры сознания, так как история воспринимается не как попытка убедить, а как обмен опытом. Герой истории проходит через испытания, и его итоговое мнение или выбор становятся для читателя естественным выводом [1, с. 125].

Фрейминг (рамки интерпретации) также является мощным инструментом. Выделяя одни аспекты реальности и затушевывая другие, медиадискурс задает определенный угол зрения на проблему. Например, одно и то же событие может быть подано в рамках фрейма *«катастрофы»* или фрейма «возможностей для роста», что радикально меняет реакцию публики [2, с. 71].

Роль интертекстуальности и прецедентных феноменов. В публичном дискурсе убедительность часто достигается за счет использования «чужого слова». Цитаты, аллюзии на классические произведения или популярные мемы создают культурный код, объединяющий автора и аудиторию. Использование прецедентных имен (личностей, ставших символами определенных качеств) позволяет автору сократить путь к пониманию, не прибегая к длинным объяснениям. Это создает эффект *«коллективного знания»*, в рамках которого предлагаемые выводы кажутся очевидными [1, с. 123].

Визуальная составляющая как стратегия воздействия. В цифровых медиа текст неразрывно связан с визуальным рядом. Инфографика, видеоряд и шрифтовое оформление играют роль паралингвистических средств убеждения. Визуальная репрезентация данных способна придать аргументу вес достоверности, даже если сами данные фрагментарны. «Эстетика убедительности» — это соответствие оформления текста ожиданиям целевой группы, что повышает уровень первичного доверия к контенту [2, с. 72].

Представленный анализ коммуникативных стратегий убеждения можно расширить, рассмотрев прикладные аспекты реализации этих стратегий в цифровой среде, которые стали определяющими в последние годы [2, с. 74].

Цифровая трансформация стратегий убеждения. Современный медиадискурс неразрывно связан с алгоритмизацией потребления контента. Это порождает новые тактики, дополняющие классический инструментарий убеждения [3, с. 33].

Стратегия микротаргетирования и персонализации. В отличие от массовой коммуникации прошлого, современное убеждение строится на анализе цифрового следа пользователя. Сообщение адаптируется под конкретные ценности, страхи и предпочтения узкой группы лиц. Это создает иллюзию того, что контент обращен лично к адресату, что радикально снижает критический порог восприятия информации [4, с. 56].

Геймификация и интерактивность. Убеждение становится более эффективным, когда аудитория вовлекается в процесс сотворчества смысла. Использование тестов, опросов, интерактивных графиков и механик «выбора пути» превращает пассивного слушателя в активного участника. Психологически человеку сложнее оспорить те выводы, к которым он пришел в процессе собственного (пусть и направляемого) действия [1, с. 126].

Инфлюенс-маркетинг и «горизонтальное» доверие. Происходит девальвация доверия к официальным институтам в пользу конкретных личностей — лидеров мнений. Тактика здесь строится на парасоциальном взаимодействии: потребитель контента воспринимает блогера как «своего знакомого». Убеждение транслируется не как директива, а как дружеская рекомендация или личный опыт, что обходит защитные механизмы психики, настроенные против явной пропаганды или рекламы [2, с. 73].

Этический аспект и информационная гигиена. В условиях избытка информации и совершенствования технологий убеждения (включая использование нейросетей для генерации контента) ключевой проблемой становится грань между убеждением и манипуляцией [4, с. 57].

Манипуляция характеризуется скрытым характером воздействия и игнорированием интересов адресата ради выгоды коммуникатора [1, с. 128].

Этическое убеждение предполагает прозрачность аргументации и сохранение за аудиторией права на свободный выбор и критическое осмысление [2, с. 73].

Развитие медиаграмотности становится необходимым навыком выживания в медиапространстве. Это включает в себя умение распознавать логические ошибки, выявлять эмоционально окрашенные маркеры фрейминга и верифицировать источники информации [1, с. 127].

Перспективы развития. В ближайшем будущем ожидается дальнейшая гибридизация стратегий. Применение технологий дополненной *(AR)* и виртуальной *(VR)* реальности позволит создавать иммерсивные стратегии убеждения, где воздействие будет происходить не только на вербальном или визуальном, но и на сенсорном уровне. Это потребует пересмотра законодательных и этических норм регулирования публичного дискурса для защиты когнитивной свободы личности [1, с. 123].

Заключение. Коммуникативные стратегии убедительности в современном публичном медиадискурсе представляют собой сложный синтез классических риторических приемов и современных медиатехнологий. Основная тенденция развития этих стратегий – смещение акцента с рационального обоснования на эмоциональное сопереживание и конструирование общих смысловых полей с аудиторией.

Эффективность убеждения сегодня зависит не только от силы логических доводов, но и от мастерства владения техниками фрейминга, сторителлинга и визуального дизайна. Понимание данных механизмов необходимо как для специалистов в области коммуникаций, так и для рядовых потребителей контента с целью

формирования критического мышления и противодействия манипулятивному воздействию.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дмитриева, Ю. Л. Основные подходы к изучению текста в практике его анализа / Ю. Л. Дмитриева // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2023. – № 27-2. – С. 123-128.

2. Карпий, С. В. Отождествление и противопоставление понятий "трансляция" и "репортаж" в тележурналистике / С. В. Карпий // Верхневолжский филологический вестник. – 2019. – № 3(18). – С. 69-74.

3. Карпий, С. В. Вещание как сфера функционирования медиалингвистики / С. В. Карпий, Г. А. Игнатенко // Мировые исследования в области естественных и технических наук : Материалы VI Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 30 апреля 2023 года. – Ставрополь: Общество с ограниченной ответственностью «Ставропольское издательство «Параграф», 2023. – С. 31-33.

4. Развитие высшего образования сегодня / Г. А. Игнатенко, А. В. Борота, А. П. Кухто, Н. К. Базиян-Кухто // Торсуевские чтения: научно-практический журнал по дерматологии, венерологии и косметологии. – 2022. – № 1(35). – С. 54-57.

COMMUNICATIVE PERSUASIVENESS STRATEGIES IN PUBLIC MEDIA DISCOURSE

L. E. Shokotko

Donetsk State Medical University named after M. Gorky
Ministry of Health of the Russian Federation
Russian Federation, eskalive25@gmail.com

The article is devoted to the analysis of communication strategies aimed at achieving a pervasive effect in public media discourse. The mechanisms of influencing the audience in the context of information redundancy and digitalization of the media space are considered. The author highlights the key tactics of argumentation, self-presentation, and emotional attunement used by modern actors. The work highlights the role of intertextuality, storytelling, and visual representation as factors that enhance the persuasiveness of a statement. The results of the study provide a deeper understanding of the nature of modern media communications and methods of shaping public opinion.

Keywords: media discourse, communicative strategies, persuasiveness, perseverance, argumentation, manipulation, speech influence.

УДК [811.161.1+811.161.3]’42:070:641

МИКРОПОЛЕ FOOD AND HEALTH ‘ПИЩА И ЗДОРОВЬЕ’ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

О.А. Шуманская

Белорусский государственный университет иностранных языков
Минск, Республика Беларусь, olga.shumanskaya@gmail.com

В статье представлены результаты выявления и описания структуры и содержания лексико-семантического микрополя *Food and Health* ‘Пища и здоровье’ на материале, извлеченном из словарей английского языка. Автором установлены тематические и ценностные доминанты рассматриваемого микрополя.

Ключевые слова. Лингвокультурология, лексикографический подход, лексико-семантическое поле, витальные потребности, пища.

В современном обществе все больше внимания уделяется функциональному аспекту пищи. С одной стороны, еда воспринимается как ресурс с лечебными свойствами; понятия функциональных продуктов (пищи, содержащей биоактивные соединения: антиоксиданты, пробиотики, суперфуды) стали частью массовой культуры и вошли в повседневный обиход широкой аудитории [1, 2]. С другой стороны, массовое производство пищи, насыщенной синтетическими добавками, видится как потенциальная угроза здоровью, приводящая к ряду серьезных заболеваний.

Описанное отношение к еде находит отражение в языке в виде лексем и устойчивых словосочетаний, номинирующих полезные и вредные, натуральные и искусственные компоненты в пище, различные диеты и заболевания, связанные с питанием (*eating disorder* ‘расстройство пищевого поведения’, *obesity* ‘ожирение’, *bulimia* ‘булимия’). Рассмотрение данного пласта лексики представляется необходимым для более глубокого и детального изучения способов номинации гастрономической картины мира носителей английского языка, в которой помимо продуктов и блюд, приготовления, сервировки и потребления пищи вербализацию получает полезный, лечебный или наоборот вредоносный потенциал еды. Для этого был собран материал исследования, представляющий собой лексемы и устойчивые словосочетания на английском языке, номинирующие взаимосвязь пищи и здоровья. Они были извлечены из 4-го издания толкового словаря английского языка «Cambridge Advanced Learner’s Dictionary» и из онлайн-версии словаря синонимов и антонимов «Cambridge Dictionary. English Thesaurus». Общее количество лексем и устойчивых словосочетаний составило 79 единиц. Они были объединены в лексико-семантическое микрополе *Food and Health* ‘пища и здоровье’, представляющее собой часть более обширного лексико-семантического объединения – ЛСП *Food* ‘пища’.

Для выделения микрополя *Food and Health* ‘пища и здоровье’ был использован логико-семантический метод, основанный на принципе идентификации Ш. Балли, согласно которому, выделение лексико-семантического поля начинается с установления его имени. В качестве имени поля используется «слово-идентификатор», выражающее «*общий смысл для входящих в поле слов в наименее эмоциональной и наиболее объективной форме*» [3, стр. 23]. Словами-идентификаторами для рассматриваемого поля послужили лексемы, наиболее точно и полно отражающие его содержание: *food* ‘пища’ и *health* ‘здоровье’.

В английском языке микрополе *Food and Health* ‘пища и здоровье’ состоит из объединения лексем и устойчивых словосочетаний, связанных темами: 1) состав пищи; 2) диеты; 3) яды и очищение организма; 4) заболевания, вызванные питанием; 5) типы пищи, влияющие на здоровье (функциональная еда, вредная еда); 6) проблемы пищеварения.

Особенность рассматриваемого микрополя заключается в том, что в его состав в большом количестве входят слова и словосочетания, изначально употреблявшиеся в сфере медицины, но со временем получившие массовое распространение. К подобным лексемам относятся названия витаминов (*vitamin A* ‘витамин А’, *thiamine* ‘тиамин или витамин Б1’), полезных и вредных компонентов пищи (*nutrient* ‘питательное вещество’, *allergen* ‘аллерген’), болезней (*diabetes* ‘диабет’, *allergy* ‘аллергия’, *obesity* ‘ожирение’), типов диет (*Atkins diet* ‘диета Аткинса’, *calorie controlled diet* ‘диета с ограничением калорийности’). Посвященные им словарные статьи включают элементы энциклопедических сведений, таких как названия химических элементов, их природные источники и полезные свойства:

vitamin 'C is a specialized ascorbic 'acid, a vitamin found in foods such as citrus fruit, green vegetables with a lot of leaves…, important for healthy bones, joints, teeth… 'Витамин С – это специализированная аскорбиновая кислота, витамин, который содержится в таких продуктах, как цитрусовые, зеленые листовые овощи…, и имеет важное значение для здоровья костей, суставов и зубов'. Несмотря на то, что словарные статьи стремятся к нейтральности в описании явлений, в них фиксируются положительные или отрицательные коннотативные компоненты. Они проявляются в описании положительных или отрицательных свойств, в примерах употребления слов в контексте, как в случае с термином *trans fat* 'трансжир': *a type of fat that is produced by hydrogenation (when vegetable oil is made into solid fat) and is used in MARGARINE, fried foods, etc.: An excess of trans fats in the diet can cause high cholesterol levels* 'Тип жира, получаемый в процессе гидрогенизации (когда растительное масло превращается в твердый жир) и используемый в маргарине, жареных блюдах и т. д.: Избыток трансжиров в рационе может привести к высокому уровню холестерина'.

К основным проблемам современного общества, связанным с питанием, относится переедание и его крайняя степень – ожирение. О важности проблемы свидетельствует значительное количество названий диет, направленных на снижение веса, зафиксированных в словаре: *crash diet* 'полуголодная диета, экспресс-диета'; *starvation diet* 'диета, основанная на голодании'. Тема диет и похудения также актуализируется при помощи лексем *calories* 'калории', *empty calories* 'пустые калории'. В словаре фиксируются устойчивые словосочетания со словом диета: *balanced* 'сбалансированная'/*good* 'хорошая'/*healthy* 'здоровая, полезная'/*varied* 'разнообразная'/*unhealthy* 'вредная'/poor 'скудная, несбалансированная'/*strict diet* 'строгая диета'. Перечисленные словосочетания отражают представления носителей языка о диетическом питании. Оно категоризируется по критериям пользы, разнообразия, сбалансированности и строгости ограничений. Противоположными ожирению проблемами являются голодание и истощение от голода. Данные проблемы актуализируются при помощи лексем *starvation* 'голодание, истощение от голода', *malnutrition* 'недоедание', *undernourished* 'недоедающий, истощенный', *malnourished* 'страдающий от неполноценного питания'.

В пределах тематического объединения «состав пищи» выделяются слова, номинирующие полезные составляющие еды. В словарных дефинициях они ассоциируются с поддержанием здоровья и отсутствием токсичности (*vitamin C* 'витамин Ц', *protein* 'белок', *Omega-3* 'Омега-3', *fiber* 'клетчатка'). В данное объединение также входят лексемы, номинирующие вредные элементы, потенциально патогенные или подлежащие исключению из рациона (*trans fat* 'трансжиры', *toxin* 'токсин', *allergen* 'аллерген'). К объединению «состав пищи» также относятся условно нейтральные компоненты пищи, эффект которых зависит от индивидуальной переносимости: *lactose* 'лактоза', *saccharin* 'сахарин' и др.

Объединение «типы пищи, влияющие на здоровье (функциональная еда, вредная еда)» включает лексемы и словосочетания, номинирующие полезную и вредную пищу. Согласно словарю, еда, описываемая как нездоровая, как правило, имеет искусственное происхождение и содержит синтетические добавки: (*junk food* 'фастфуд, нездоровая пища', *genetically modified food* 'генетически модифицированная пища'). К здоровой пище относятся продукты естественного происхождения, с низким содержанием сахара и жиров: *health food <…> is believed to be good for you because it does not contain artificial chemicals or much sugar or fat* 'Здоровая пища – это продукты питания, которые считаются полезными для здо-

ровья, поскольку они не содержат искусственных химических веществ, а также большого количества сахара или жиров'. Полезной также считается еда, обогащенная питательными веществами, усиливающими ее положительный эффект на организм человека и повышающими ее функциональную ценность. К такому виду пищи относятся *functional or nutraceutical food* 'функциональные или нутрицевтические продукты питания' (пища, в которую были добавлены витамины, минералы или лекарственные вещества для повышения её пользы для здоровья). К функциональной пище также относят *superfood* 'суперфуд' (продукт питания, который считается исключительно полезным для здоровья); *macrobiotic food* 'макробиотические продукты'(пища, разделенная на группы по специальным принципам, выращенная без применения химикатов и считающаяся исключительно полезной для здоровья). Перечисленные понятия (суперфуд, функциональные продукты питания, макробиотические продукты питания) отражают сложившиеся в обществе ожидания от пищи, полезность которой определяется по таким критериям как натуральность и насыщенность полезными элементами.

Заслуживает внимания понятие *comfort food* 'комфортная еда' (тип пищи, которую люди едят в состоянии грусти или тревоги; часто это сладкие продукты или еда, которую они ели в детстве). Данное понятие наделяет еду психологическим смыслом, концептуализирует ее психотерапевтический эффект и тем самым сближает пищу с такой областью человеческого здоровья, как эмоциональное и психологическое благосостояние. Примечательно, что данный вид пищи обычно не соответствует представлениям о здоровой еде. В словарях *comfort food* 'комфортная еда' определяется как «обычно сладкая еда». В примерах употребления данного понятия фигурируют такие виды комфортной еды, как шоколад, мороженое и другие сладкие или жирные блюда, не имеющие отношение к правильному питанию. Однако понятие комфортной еды не обладает отрицательной коннотацией. В нем заложена идея психологической самопомощи через регулирование пищевых практик, что поощряется и принимается в современном обществе [4].

Объединение «яды и очищение организма» содержит лексемы, номинирующие содержащиеся в еде вредные вещества естественного или искусственного происхождения и связанные с ними понятия: *toxic* 'ядовитый, токсичный', *toxin* 'токсин', *poisoning* 'отравление', *food poisoning* 'пищевое отравление', *botulism* 'ботулизм'. В объединение также входят лексемы, номинирующие способы очищения, детоксикации организма: *detoxify* 'очищать от токсинов, выводить яды', *detoxification* 'детоксификация'. Объединение «заболевания, вызванные питанием» включает лексемы *diabetes* 'диабет', *allergy* 'аллергия', *eating disorder* 'расстройство пищевого поведения'. Тема «проблемы пищеварения» актуализируется при помощи слов и словосочетаний: *stomach ache* 'боли в животе', *gastritis* 'гастрит', *gastroenteritis* 'гастроэнтерит', *dyspepsia* 'диспепсия'.

Таким образом, лексико-семантическое микрополе *Food and Health* 'Пища и здоровье' представляет собой динамичный фрагмент лексической системы английского языка, номинирующий представления носителей языка о взаимосвязи здоровья и пищи. Данное микрополе состоит преимущественно из лексем и словосочетаний, заимствованных из медицинской сферы (названия витаминов, диет, заболеваний) и получивших широкое употребление в массовой культуре. Это свидетельствует о том, что в современном обществе медицинские знания, связанные с вопросами питания, воспринимаются как часть повседневности.

Поскольку тема здоровья и пищи затрагивает витальный аспект (физическое и ментальное благосостояние человека, его работоспособность, качество и продол-

жительность жизни), лексика этой темы закономерно приобретает положительную или отрицательную коннотацию в зависимости от контекста. Данная особенность отчётливо прослеживается в словарных дефинициях: они фиксируют как позитивную, так и негативную оценку описываемых состояний, веществ: *malnourished <…> weak and in bad health because of having too little food…* “недоедающий, человек со слабым здоровьем из-за нехватки пищи или плохого питания”; *protein <…> one of the many substances <…> that is necessary for the body to grow and be strong* ‘белок… одно из веществ, которое необходимо для того, чтобы расти и быть сильным’.

Лексемы микрополя организованы вокруг противопоставлений **полезный – вредный** (*junk food* ‘фастфуд, нездоровая пища’, *superfood* ‘суперфуд’), **натуральный – искусственный** (*genetically modified food* ‘генетически модифицированная пища’, *health food* ‘полезная, здоровая пища’), **очищение – отравление** (*toxin* ‘токсин’, *poisoning* ‘отравление’, *detoxify* ‘очищать от токсинов, выводить яды’, *detoxification* ‘детоксификация). Часто характеристики из перечисленных оппозиций сочетаются: натуральный является одновременно полезным, а искусственный или синтетический воспринимается как вредный (*junk food* ‘фастфуд, нездоровая пища’, *health food* ‘полезная, здоровая пища’).

Основные эффекты, приписываемые пище – это профилактический, заключающийся в способности насыщать организм полезными веществами и укреплять его. Вредоносный эффект заключается в нарушении работы организма и развитии ряда серьезных заболеваний в результате употребления нездоровой пищи или при отравлении. Психотерапевтический эффект пищи заключается в ее способности влиять на эмоциональное состояние, снижать стресс за счет употребления любимой и знакомой с детства еды, вызывающей чувство комфорта и безопасности, ностальгии.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. “Food Is Medicine” Strategies for Nutrition Security and Cardiometabolic Health Equity: JACC State-of-the-Art Review [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0735109723083171. – Дата доступа: 07.05.2026.

2. Advances in Food-As-Medicine Interventions and Their Impact on Future Food Production, Processing, and Supply Chains [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2161831325000572#:~:text=Abstract,adopting%20a%20general%20healthy%20diet. – Дата доступа: 07.05.2026

3. Потапова, О.Е. Вербальная репрезентация концепта. Лексико-семантическое поле как фрагмент языковой картины мира (на материале ЛСП «море»): монография / О.Е. Потапова. – Чебоксары: ИД «Среда», 2020. – 164 с.

4. Why Do We Eat Comfort Food? Exploring Expectations Regarding Comfort Food and Their Relationship with Comfort Eating Frequency [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12297910/. – Дата доступа: 06.05.2026

THE MICROFIELD FOOD AND HEALTH IN ENGLISH: STRUCTURAL AND SEMANTIC FEATURES

O.A. Choumanskaya

Belarusian State University of Foreign Languages,
Minsk, Republic of Belarus, olga.shumanskaya@gmail.com

The article presents the results of a study aimed at identifying and describing the structure and content of the lexico-semantic microfield Food and Health in English, based on data ex-

tracted from English dictionaries. The author establishes the thematic and value dominants that characterise the microfield.

Keywords: linguoculturology, lexicographic approach, lexico-semantic field, vital needs, food.

УДК 811

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИХ СТРАТЕГИЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭМОТИВНОСТИ В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО, АНГЛИЙСКОГО И ТУРЕЦКОГО ЯЗЫКОВ

А.А. Эльясов

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы
Москва, Россия, alihan.elyasov@yandex.ru

Актуализируется необходимость верификации универсальных и этноспецифических параметров эмоционального воздействия в социальной рекламе на материале русского, английского и турецкого языков. Цель исследования заключается в выявлении и сравнительном анализе прагмалингвистических стратегий репрезентации эмотивности в дискурсе социальной рекламы трёх лингвокультур. Научная новизна состоит в проведении комплексного кросс-культурного сопоставления русской, английской и турецкой социальной рекламы как инструмента суггестивного воздействия, осуществлённого на едином методологическом основании. В ходе исследования было продемонстрировано, что в английском рекламном дискурсе реализуются стратегия прямого обращения и логико-статистическая аргументация. В русскоязычных текстах преимущественно используются экспрессивная лексика и модальность долженствования, тогда как в турецкой лингвокультуре применяются морфологические средства субъективной оценки и концепты семейной сопричастности.

Ключевые слова: прагмалингвистика; эмотивность; социальная реклама; кросс-культурный анализ; дискурс-анализ; речевое воздействие; лингвокультурология.

Введение. Современное информационное пространство характеризуется экспоненциальным ростом суггестивных текстов, среди которых социальная реклама занимает особое место как инструмент конструирования морально-этических ориентиров общества. В условиях глобальных социокультурных трансформаций изучение способов лингвистической объективации эмоций становится приоритетным направлением прагмалингвистики. Социальная реклама, в отличие от коммерческой, апеллирует к глубоким аксиологическим структурам личности, что предопределяет использование специфического набора стратегий репрезентации эмотивности. «Функция социальной рекламы выходит за рамки простой информированности, подразумевая стимуляцию к социально значимым действиям, трансформацию поведенческих установок и формирование общественно-ценностных ориентаций» [8, с. 83]. Актуальность исследования обусловлена необходимостью верификации универсальных и этноспецифических параметров эмоционального воздействия на материале русского, английского и турецкого языков, обладающих разной структурой и представляющих различные культурно-исторические парадигмы.

Обзор литературы. Теоретический фундамент исследования категории эмотивности в отечественном языкознании заложен в трудах В. И. Шаховского, который выделил эмотивность как имманентное свойство языка эксплицировать психические состояния субъекта. В его концепции эмотивность рассматривается как функционально-семантическая категория, пронизывающая все уровни языковой системы [7]. Развитие этой мысли находит отражение в концептуальных положе-

ниях Н. Д. Арутюновой, акцентирующей внимание на «человеческом факторе» в языке и механизмах оценки, которые неразрывно связаны с эмоциональным восприятием мира [1]. Прагматический аспект рекламного коммуникативного акта подробно исследован В. И. Карасиком, рассматривающим рекламу как специфический институциональный тип дискурса, ориентированный на дистанционное воздействие [3].

В англоязычной лингвистической парадигме центральное место занимают теоретические положения Дж. Остина и Дж. Серля, сформировавшие базис теории речевых актов. Данный прагматический подход позволяет интерпретировать социальную рекламу как комплексный перлокутивный акт, целью которого выступает трансформация ментального или физического состояния адресата посредством активации определенных эмоциональных триггеров [4; 13]. Особую значимость для настоящего исследования представляют лингвокогнитивные идеи А. Вежбицкой, заложенные в концепцию культурных скриптов, в рамках которой процессы категоризации эмоций и способы их вербализации трактуются как обусловленные спецификой лингвокультурной среды [2].

Турецкая лингвистическая школа сильна в области лексикологии и стилистики. В частности, Д. Аксан обосновывает глубокую связь между семантической структурой турецкого слова и культурным контекстом его употребления, особенно в сфере экспрессивной лексики [9]. Современные турецкие исследователи, такие как Г. Гюльсевин, фокусируются на морфосинтаксических способах выражения аффекта, выделяя роль суффиксальных комплексов в трансляции эмоциональных оттенков [12]. Кроме того, представленный Д. Зейрек прагмалингвистический подход к турецкому дискурсу позволяет интегрировать факторы вежливости и социальной иерархии в процесс анализа рекламных призывов [14].

Вместе с тем, несмотря на наличие фундаментальных теоретических предпосылок, системный кросс-культурный анализ прагмалингвистических стратегий в социальной рекламе на материале трех указанных языков ранее не осуществлялся

Методы исследования. Для достижения поставленной цели и обеспечения валидности полученных результатов в работе применен комплексный методологический аппарат.

Метод сплошной выборки послужил инструментом формирования корпуса исследования, включившего в себя более 50 текстов социальной рекламы (печатной, наружной и мультимедийной), опубликованных в период с 2020 по 2026 год. Теоретический пласт работы выстроен на базе гипотетико-дедуктивного подхода, позволяющего экстраполировать общелингвистические законы прагматики на специфику социальной коммуникации.

Лингвистическое описание, включающее процедуры идентификации, систематизации и классификации, обеспечило структурирование средств выражения эмотивности на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях. Ключевую роль в экспликации этнокультурных особенностей сыграл сравнительный анализ: сопоставление велось не только по линии «язык – язык», но и по вектору «стратегия – культура», что позволило выявить уникальные способы репрезентации концептов *fear* ‘страх’, *pity* ‘сострадание’, *guilt* ‘вина’ и *hope* ‘надежда’. Дискурс-анализ позволил интерпретировать вербальный материал в широком социокультурном контексте с учетом внеязыковых факторов воздействия.

Результаты исследования. Прагмалингвистический анализ корпуса текстов позволил установить, что во всех трех лингвокультурах репрезентация эмотивности обусловлена реализацией стратегии аттракции и последующей императивно-

сти. Однако механизмы актуализации данных моделей обнаруживают глубокую этноспецифику.

В **русской** социальной рекламе стратегии репрезентации эмотивности характеризуются более высокой степенью экспрессивной интенсивности. Социальная реклама в России часто опирается на концепты *совесть*, *милосердие*, *беда*. Если английская реклама предлагает «сделать выбор», то русская часто призывает «исполнить долг». Прагмалингвистическим инструментом здесь выступают безличные предложения и конструкции с ярко выраженной модальностью долженствования: *Нельзя оставаться равнодушным!* Эмотивность нагнетается за счет использования экспрессивных эпитетов и метафор: *черствость сердца*, *крик о помощи*. Характерной чертой является использование диминутивов (уменьшительно-ласкательных форм) в контекстах, связанных с детьми или пожилыми людьми, что практически не встречается в английском материале: *Подари тепло ребенку* [https://подаритеплодетям.рф]. В российском сегменте социальной рекламы широко эксплуатируется прием риторической антитезы, например: *Твоя минута – его жизнь*. Интенциональность таких сообщений направлена на пробуждение чувства вины как мощного стимула социального действия.

В **английской** социальной рекламе наблюдается тенденция к использованию стратегии *direct address* ‘прямого обращения’. Эмотивность репрезентируется через создание личного пространства между адресантом и адресатом. Основным прагмалингвистическим маркером выступает дейктическое слово *you* ‘ты/вы’, которое в сочетании с модальными глаголами *can* ‘мочь’ или *should* ‘должен’ формирует поле индивидуальной ответственности.

На лексическом уровне частотны слова с «мягкой» эмоциональной окраской, апеллирующие к здравому смыслу: *vulnerable* ‘уязвимый’, *impact* ‘влияние’, *choice* ‘выбор’. Эмоция страха в английской рекламе часто транслируется через статистическую точность или биологический натурализм. Например, в рекламе против курения: *Every cigarette you smoke causes poison from tar to enter your bloodstream and spread to every part of your body* – ‘Каждая выкуренная вами сигарета вызывает попадание яда из смолы в ваш кровоток и его распространение по всем частям вашего тела’ [https://www.theguardian.com/science/2017/dec/29/hard-hitting-new-advert-urges-smokers-to-quit]. Эмотивность реализуется через прецизионность терминологии (poison, tar, bloodstream) и прямое обращение *you*, что вызывает у адресата состояние тревоги, основанное на рациональном факте – понимании того, что яд мгновенно разносится по всем органам.

Турецкая социальная реклама демонстрирует уникальный тип эмотивности, который можно определить как «высококонтекстный аффект». Центральными концептами являются *vatan* ‘родина’, *aile* ‘семья’, *emanet* ‘доверенное на хранение / священный долг’. В турецком языке эмотивность репрезентируется через богатую систему морфологических средств. Активно используются аффиксы субъективной оценки. На синтаксическом уровне доминируют риторические вопросы и восклицания, построенные по принципу параллелизма. Например: *Sen Yoksan Bir Kişi Eksiğiz* – ‘Если тебя нет, нас на одного меньше’ [https://www.evrensel.net/haber/503659/sen-yoksan-bir-kisi-eksigiz]. Здесь прагматика сообщения строится на страхе исключения из общности. Особое внимание заслуживает лексема *can* ‘душа/жизнь’, которая является универсальным интенсификатором эмотивности в турецком дискурсе. Фразы, например, *Canımız yanmasın* ‘Пусть не болит наша душа / Пусть мы не страдаем’ апеллируют к коллективному духу нации. В материалах, посвященных безопасности дорожного движения, ча-

сто встречается обращение *Kardeşim* ‘Мой брат’, которое мгновенно сокращает социальную дистанцию и переводит сухую инструкцию в плоскость личного, эмоционально окрашенного совета.

Сопоставление трех лингвокультур позволяет выделить следующие оппозиции в репрезентации эмотивности. **Русский** и **турецкий** дискурсы апеллируют к «Мы-субъекту», однако в русском языке это «Мы» часто носит морализаторский оттенок (*Мы в ответе за тех...*), а в турецком – органический, родственный (*Biz bir aileyiz* ‘Мы одна семья’). **Английский** же дискурс, напротив, фокусирует эмоцию на «Я-субъекте» (*Your action matters* ‘Ваше действие имеет значение’).

В **русском** и **турецком** сегментах предпочтение отдаётся первичной эмоциональной атаке, где логическое обоснование может замещаться экспликацией чистого чувства (сострадания или ужаса). В русском языке это проявляется в интонационном строе (даже письменного текста) и оценочных суффиксах, а в турецком – в грамматических формах вежливости и специфических культурных идиомах. В **английской** же социальной рекламе эмоция часто позиционируется как логическое следствие представленных фактов, при этом прагматика эмотивности скрыта в лексических единицах с высокой семантической плотностью.

В **русской** социальной рекламе аналогичную роль (по сравнению с турецкими религиозными аллюзиями) играют слова с церковнославянскими корнями (*благие дела*), однако их частотность в современной рекламе ниже. В **английском** дискурсе анализ стратегий «шоковой рекламы» (*shock advertising*) показал, что английский дискурс более толерантен к визуализации физической боли и физиологических деталей, используя тактику биологического устрашения. В **турецкой** социальной рекламе также выявлена стратегия использования религиозных аллюзий, которые, даже будучи секуляризированными, сохраняют высокую эмотивную силу. Слова типа *sevap* ‘богоугодное дело / заслуга перед Богом’ в контексте донорства крови приобретают прагматическое значение безусловного позитивного действия, не требующего дополнительных рациональных аргументов. При этом в турецкой шоковой рекламе в стратегии устрашения акцент смещается на потерю репутации или разрушение семейных уз, что воспринимается реципиентом как максимальная катастрофа.

Заключение. Комплексный кросс-культурный анализ прагмалингвистических стратегий репрезентации эмотивности в социальной рекламе позволяет сделать вывод о глубокой детерминированности рекламного дискурса национальным характером и строем языка.

Репрезентация эмотивности в социальной рекламе не является универсальной, поскольку она адаптируется под специфические «чувствительные зоны» каждой лингвокультуры. Прагмалингвистический потенциал социальной рекламы реализуется через специфические наборы средств: от лексико-синтаксических в русском до лексико-статистических в английском и морфо-метафорических в турецком. Полученные результаты вносят вклад в развитие теории межкультурной коммуникации и прагмалингвистики. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования выявленных стратегий при разработке международных социальных проектов, требующих адаптации для различных языковых аудиторий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – 2‑е изд., испр. – М. : Яз. рус. культуры, 1999. – 895 с.

2. Вежбицкая, А. Семантические универсалии и описание языков / А. Вежбицкая ; пер. с англ. А. Д. Шмелёва ; под ред. Т. В. Булыгиной. – М. : Яз. рус. культуры, 1999. – 776 с.

3. Карасик, В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик ; Науч.-исслед. лаб. «Аксиол. лингвистика». – М. : Гнозис, 2004. – 389 с.

4. Остин, Дж. Как производить действия при помощи слов // Остин Дж. Избранное / пер. с англ. В. П. Руднева. – М. : Идея-Пресс, 1999. – С. 13–135.

5. Стернин, И. А. Основы речевого воздействия / И. А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2012. – 178 с.

6. Тер‑Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер‑Минасова. – М. : Слово/Slovo, 2000. – 261 с.

7. Шаховский, В. И. Лингвистическая теория эмоций : монография / В. И. Шаховский ; Ин‑т языкознания РАН, Федер. агентство по образованию, ГОУ ВПО «Волгоград. гос. пед. ун‑т», Науч.-исслед. лаб. «Язык и личность». – Волгоград : Перемена, 2008. – 419 с.

8. Эльясов, А. А. Многослойность эмоционального воздействия в социальной рекламе контрастных лингвокультур / А. А. Эльясов // Германистика: филология и лингводидактика : сб. науч. ст. – Вып. 3. – М. : Языки народов мира, 2026. – С. 82‑93.

9. Aksan, D. Anlambilim Konuları ve Türkçenin Anlambilimi / D. Aksan. – Ankara : Engin Yayınevi, 1997. – 223 s.

10. Brown, P. Politeness: Some Universals in Language Usage / P. Brown, S. C. Levinson. – Cambridge : Cambridge University Press, 1987. – 345 p.

11. Eren, H. Türk Dilinin Etimolojik Sözlüğü / H. Eren. – Ankara, 1999. – 512 s.

12. Gülsevin, G. Türk Dilinde Bir Kelime Başı Ünsüzü Üzerine / G. Gülsevin // Türk Dili Araştırmaları Yıllığı Belleten. – Ankara, 1987. – S. 173‑200.

13. Searle, J. R. Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts / J. R. Searle. – Cambridge : Cambridge University Press, 1979. – 187 p.

14. Zeyrek, D. Thanking in Turkish: a Corpus‑based Analysis / D. Zeyrek // Speech Acts and Politeness across Languages and Cultures / ed. by L. L. Zarobe, Y. L. Zarobe. – Bern : Peter Lang, 2012. – P. 27‑52.

CROSS-CULTURAL ANALYSIS OF PRAGMALINGUISTIC STRATEGIES FOR THE REPRESENTATION OF EMOTIVITY IN SOCIAL ADVERTISING BASED ON THE MATERIAL OF RUSSIAN, ENGLISH AND TURKISH LANGUAGES

A.A. Elyasov

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba
Moscow, Russia, alihan.elyasov@yandex.ru

The study highlights the necessity of verifying universal and ethno-specific parameters of emotional impact in social advertising based on Russian, English, and Turkish linguistic material. The research aims to identify and comparatively analyze the pragmalinguistic strategies of emotivity representation within the social advertising discourse of three linguocultures. The scientific novelty lies in a comprehensive cross-cultural comparison of Russian, English, and Turkish social advertising as a tool of suggestive impact, conducted on a unified methodological basis. The findings demonstrate that English advertising discourse utilizes the strategy of direct address and logical-statistical argumentation. Russian texts predominantly feature expressive lexis and the modality of obligation, whereas Turkish linguoculture employs morphological means of subjective evaluation and concepts of family involvement.

Key words: pragmalinguistics; emotivity; social advertising; cross-cultural analysis; discourse analysis; linguistic persuasion; linguoculturology.

УДК 811.161.1:070:93

РОЛЬ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ЖУРНАЛИСТА В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

А.В. Якобчук
Донецкий государственный медицинский университет имени М. Горького Министерства здравоохранения Российской Федерации
Российская Федерация, eskalive25@gmail.com

В статье рассматривается влияние языковой личности журналиста на процессы формирования общественного мнения в современном медиапространстве. Анализируется понятие языковой личности как совокупности речевых, когнитивных и ценностных характеристик автора медиатекста, определяющих способы интерпретации событий и воздействие на аудиторию. Особое внимание уделяется тому, как выбор лексики, синтаксических конструкций, оценочных средств, композиции текста и коммуникативной стратегии влияет на восприятие информации читателем, слушателем или зрителем. Показано, что журналист выступает не только посредником между событием и аудиторией, но и активным участником конструирования социальной реальности. Делается вывод о том, что языковая личность журналиста является значимым фактором формирования установок, мнений и моделей общественного поведения.

Ключевые слова: языковая личность, журналист, общественное мнение, медиатекст, речевое воздействие, оценочность, коммуникация, дискурс, СМИ.

Введение. Современное общество существует в условиях постоянного информационного обмена, в котором средства массовой информации играют одну из ключевых ролей. Именно журналистика становится тем пространством, где события получают интерпретацию, факты – смысловую обработку, а общественно значимые явления – вербальное оформление. В этой связи особую актуальность приобретает вопрос о том, каким образом личность журналиста, воплощённая в его речи, влияет на формирование общественного мнения [1, с. 138].

Общественное мнение не возникает стихийно и не является простым отражением объективной действительности. Оно формируется в результате сложного взаимодействия социальных факторов, культурных установок, личного опыта и медиакоммуникации. Журналист в этом процессе выполняет не только информативную, но и интерпретативную функцию. Через отбор фактов, способ их подачи, эмоциональную и оценочную окраску сообщения он способен усиливать или ослаблять определённые смысловые акценты, направляя восприятие аудитории [1, с. 133].

Понятие языковой личности в лингвистике и медиалингвистике связано с представлением о человеке как носителе уникальной системы речевого поведения, включающей словарный запас, коммуникативные привычки, стилистические предпочтения, ценностные ориентации и способ видения мира. В журналистской деятельности языковая личность приобретает особое значение, поскольку именно через неё осуществляется публичное речевое воздействие на массовую аудиторию. Поэтому изучение роли языковой личности журналиста позволяет глубже понять механизмы медиавлияния и природу общественного мнения [2, с. 270].

Понятие языковой личности журналиста. Термин *«языковая личность»* используется для обозначения совокупности способностей и характеристик человека, проявляющихся в его речевой деятельности. В структуре языковой личности обычно выделяют несколько уровней: вербально-семантический, когнитивный и

мотивационно-ценностный. Вербально-семантический уровень связан с владением языковыми средствами, когнитивный – с системой знаний и моделей мира, а мотивационно-ценностный – с установками, убеждениями и целями речевого поведения [3, с. 70].

В отношении журналиста данное понятие приобретает профессиональную специфику. Журналистская языковая личность формируется не только общекультурными и индивидуальными факторами, но и требованиями профессии: оперативностью, точностью, доступностью, убедительностью, жанровой уместностью. Журналист должен уметь адаптировать речь к различным аудиториям и форматам, сохранять баланс между фактом и интерпретацией, объективностью и авторской позицией. Однако в реальной практике полной нейтральности не существует: даже при стремлении к объективности журналист неизбежно проявляет себя как субъект речи [4, с. 54].

Именно в этом проявляется особая роль языковой личности журналиста. Она не сводится к набору языковых навыков, а представляет собой активный механизм смыслопорождения. Журналист выбирает, какие слова использовать для описания события, какие цитаты включить в материал, какие детали подчеркнуть, а какие оставить за пределами внимания. Эти решения не являются случайными, поскольку связаны с внутренней картиной мира автора, его профессиональной интенцией и представлением о реакции аудитории [1, с. 134].

Языковая личность как фактор медиавоздействия. Формирование общественного мнения в значительной степени определяется тем, как именно информация представлена. Один и тот же факт может быть интерпретирован по-разному в зависимости от речевой стратегии журналиста. Здесь особенно заметна роль языковой личности, поскольку она влияет на тональность сообщения, его эмоциональный фон и степень доверия, возникающую у реципиента [2, с. 271].

Одним из наиболее очевидных средств воздействия является лексический выбор. Номинации, используемые в тексте, способны формировать определённую оценку события или явления. Например, одно и то же действие может быть обозначено как «реформа», «изменение», «перестройка» или «эксперимент», и каждое из этих слов вызывает различные ассоциации. Журналист, обладающий сильной языковой личностью, осознанно использует такие средства для создания нужного эффекта. При этом он может усиливать эмоциональность материала либо, напротив, поддерживать сдержанный и аналитический тон [3, с. 71].

Не менее важна синтаксическая организация текста. Короткие, динамичные фразы создают ощущение срочности и напряжённости; сложные конструкции и развернутые объяснения способствуют аналитическому восприятию. Вопросительные формы, восклицания, парцелляция, повторы, риторические конструкции – всё это становится частью речевого поведения журналиста и влияет на то, как читатель выстраивает своё отношение к сообщаемому [4, с. 55].

Особое место занимает оценочность. Даже в материалах, претендующих на объективность, оценка может быть выражена имплицитно: через эпитеты, метафоры, порядок подачи фактов, выбор источников, заголовок и подзаголовок. Таким образом, языковая личность журналиста проявляется не только в открытых авторских комментариях, но и в скрытых способах смыслового акцентирования. Аудитория далеко не всегда осознаёт это воздействие, однако именно оно часто становится решающим при формировании впечатления о событии [2, с. 272].

Журналист как посредник и интерпретатор социальной реальности. Традиционно журналиста рассматривают как посредника между действительностью и

обществом. Однако в современных условиях такая характеристика оказывается недостаточной. Журналист не просто передаёт информацию, но и конструирует её смысловую структуру. Он отбирает события, определяет их значимость, связывает разрозненные факты в единый нарратив и тем самым формирует картину мира, доступную аудитории [1, с. 135].

В этом смысле языковая личность журналиста выступает как инструмент интерпретации социальной реальности. Любой медиатекст предполагает наличие авторской позиции, даже если она выражена косвенно. Эта позиция может проявляться в иронии, в сочувствии, в критике, в акцентировании конфликта или, напротив, в стремлении к примирению. Через такие речевые решения журналист задаёт рамку восприятия события, а значит, влияет на общественную интерпретацию происходящего [2, с. 273].

Важно учитывать, что общественное мнение формируется не только на основе фактов, но и на основе повторяющихся речевых моделей. Если определённое явление регулярно описывается с помощью однотипных оценочных формул, у аудитории закрепляется устойчивая схема его восприятия. Так, речевые шаблоны способны постепенно превращаться в социальные стереотипы. Следовательно, языковая личность журналиста участвует не только в единичном акте воздействия, но и в долгосрочном формировании устойчивых общественных представлений [3, с. 72].

Авторская позиция и проблема объективности. Одна из центральных проблем журналистики связана с соотношением объективности и авторской позиции. С одной стороны, общество ожидает от СМИ достоверной и беспристрастной информации. С другой стороны, полная нейтральность в гуманитарной коммуникации практически недостижима. Любой текст создаётся конкретным человеком, обладающим собственным мировоззрением, культурным опытом и системой ценностей. Поэтому языковая личность журналиста неизбежно влияет на отбор и представление материала [4, с. 56].

Объективность в журналистике следует понимать не как полное отсутствие авторского начала, а как стремление к балансу, проверяемости и добросовестности. Однако даже при соблюдении этих принципов журналист остаётся субъектом речи. Его индивидуальный стиль, интонация, словоупотребление, способы аргументации и структура текста формируют особое коммуникативное пространство, в котором аудитория воспринимает информацию [2, с. 273].

Проблема становится особенно острой в условиях высокой медиаконкуренции, когда внимание аудитории привлекается за счёт эмоциональности, яркости и конфликтности подачи. В таких условиях журналист часто вынужден выбирать между аналитической глубиной и экспрессивной эффективностью. Языковая личность, ориентированная на ответственную коммуникацию, способна сохранять равновесие между информационной точностью и воздействующей силой текста. Напротив, дефицит профессиональной рефлексии может приводить к манипулятивным практикам, в которых оценка подменяет анализ, а сенсационность — содержательность [1, с. 136].

Языковая личность в цифровой медиасреде. В эпоху цифровизации роль языковой личности журналиста ещё более возрастает. Интернет-СМИ, социальные сети, мессенджеры и видеоплатформы изменили характер медиакоммуникации: текст стал короче, динамичнее, мультимодальнее и чаще ориентированным на мгновенную реакцию аудитории. В этих условиях журналист должен обладать не

только традиционными речевыми компетенциями, но и умением создавать тексты, адаптированные к новым форматам [2, с. 274].

Цифровая среда усиливает значение заголовка, первых строк, визуального сопровождения и лаконичных формулировок. Аудитория нередко знакомится с материалом фрагментарно, через ленту новостей или короткий анонс. Следовательно, именно языковая личность журналиста определяет, будет ли сообщение замечено, правильно интерпретировано и принято к обсуждению. При этом возрастает риск упрощения сложных тем и подмены аналитики эмоционально привлекательными клише [3, с. 73].

С другой стороны, цифровая медиасреда предоставляет журналисту новые возможности для более гибкой и многоплановой коммуникации. Он может сочетать новостной текст с аналитическим комментарием, использовать цитаты, ссылки, визуальные элементы, интерактивные формы. Это требует от языковой личности не только выразительности, но и высокой коммуникативной ответственности. Ведь чем разнообразнее каналы воздействия, тем сильнее может быть влияние на общественное мнение [4, с. 57].

Языковая личность и доверие аудитории. Формирование общественного мнения невозможно без доверия. Аудитория склонна воспринимать информацию как значимую и достоверную в том случае, если источник кажется ей профессиональным, понятным и заслуживающим уважения. Здесь языковая личность журналиста играет ключевую роль, поскольку именно речевое поведение создаёт образ автора и определяет степень доверия к нему [3, с. 69].

Доверие возникает не только благодаря точности фактов, но и через речевую последовательность, логичность изложения, умеренность оценок, ясность формулировок и уважительное отношение к адресату. Если журналист демонстрирует компетентность, речевую культуру и способность объяснять сложные явления без излишнего упрощения, его текст воспринимается как более надёжный. Напротив, агрессивная интонация, избыточная сенсационность или стилистическая небрежность могут снижать доверие и ослаблять воздействие [1, с. 137].

Таким образом, языковая личность журналиста становится важным ресурсом институционального авторитета СМИ. От того, насколько устойчивы его профессиональные речевые стратегии, зависит не только успех отдельной публикации, но и репутация медиаресурса в целом. В долгосрочной перспективе это оказывает влияние на общественное мнение, поскольку именно доверие определяет готовность аудитории воспринимать и обсуждать сообщения, предлагаемые журналистом [3, с. 70].

Заключение. Языковая личность журналиста представляет собой один из ключевых факторов формирования общественного мнения в современном медиапространстве. Она объединяет в себе профессиональные навыки, речевую культуру, когнитивные установки и ценностные ориентации автора медиатекста. Через выбор слов, синтаксических конструкций, оценочных средств, композиционных решений и коммуникативных стратегий журналист не только передаёт информацию, но и интерпретирует действительность, задаёт смысловые рамки и влияет на восприятие событий аудиторией.

В условиях цифровой медиасреды значение языковой личности усиливается, поскольку информационное воздействие становится более быстрым, фрагментарным и многоканальным. Это требует от журналиста высокой степени ответственности, профессиональной рефлексии и умения сочетать выразительность с досто-

верностью. Именно такие качества позволяют медиатексту выполнять не манипулятивную, а просветительскую и общественно значимую функцию [3, с. 74].

Следовательно, изучение языковой личности журналиста важно не только для лингвистики и теории медиакоммуникации, но и для понимания механизмов общественного сознания. Журналист, обладающий развитой языковой личностью, способен не просто отражать реальность, но и способствовать формированию зрелого, критически мыслящего общественного мнения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дмитриева, Ю. Л. Игра как метод обучения в высшей школе / Ю. Л. Дмитриева // Лингвистические исследования и их использование в практике преподавания русского и иностранных языков : Материалы II Международной научно-методической конференции «Лингвистические исследования и их использование в практике преподавания дисциплины «Русский язык и культура речи», Донецк, 22 мая 2019 года. – Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2019. – С. 133-138.

2. Карпий, С. В. Специфика разновидностей современного телерепортажа / С. В. Карпий // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2019. – Т. 38, № 2. – С. 270-274.

3. Карпий, С. В. Отождествление и противопоставление понятий «трансляция» и «репортаж» в тележурналистике / С. В. Карпий // Верхневолжский филологический вестник. – 2019. – № 3(18). – С. 69-74.

4. Развитие высшего образования сегодня / Г. А. Игнатенко, А. В. Борота, А. П. Кухто, Н. К. Базиян-Кухто // Торсуевские чтения: научно-практический журнал по дерматологии, венерологии и косметологии. – 2022. – № 1(35). – С. 54-57.

THE ROLE OF A JOURNALIST'S LINGUISTIC PERSONALITY IN SHAPING PUBLIC OPINION

A.V. Yakobchuk

Donetsk State Medical University named after M. Gorky
Ministry of Health of the Russian Federation
Russian Federation, eskalive25@gmail.com

The article examines the influence of the linguistic personality of a journalist on the formation of public opinion in the modern media space. The concept of linguistic personality is analyzed as a set of speech, cognitive and value characteristics of the author of the media text, which determine the ways of interpreting events and influencing the audience. Special attention is paid to how the choice of vocabulary, syntactic constructions, evaluative means, text composition and communicative strategy affects the perception of information by the reader, listener or viewer. It is shown that the journalist acts not only as an intermediary between the event and the audience, but also as an active participant in the construction of social reality. It is concluded that the linguistic personality of a journalist is a significant factor in the formation of attitudes, opinions and models of public behavior.

Key words: linguistic personality, journalist, public opinion, media text, speech impact, evaluativeness, communication, discourse, mass media.

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

УДК 811.111'27:316.647.82

ОТРАЖЕНИЕ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ (НА МАТЕРИАЛЕ КОНТЕНТА МОДНЫХ ОНЛАЙН-ИЗДАНИЙ)

А.А. Адамова, Е.В. Постевая
Донской государственный технический университет
Ростов-на- Дону, Россия, Annaadamova27@mail.ru

Статья посвящена сопоставительному анализу лингвистических механизмов конструирования гендерных стереотипов в русскоязычных и англоязычных модных онлайн-изданиях. На материале 600 заголовков заметок и статьей за 2024–2025 гг. выявлены универсальные и культурно-специфические маркеры.

Ключевые слова: феминитивы; СМИ; журналистика; русский язык; феминитивная лексика; лексическая группа.

Гендерные стереотипы, означающие укоренившиеся в обществе представления о социальных ролях, поведенческих нормах и личностных качествах мужчин и женщин, остаются одним из наиболее влиятельных инструментов формирования общественного сознания. В условиях глобализации и цифровой трансформации медиа особую значимость приобретает изучение того, как эти стереотипы конструируются и транслируются через язык модных онлайн-изданий, которые являются мощным каналом воздействия на массовую аудиторию. Актуальность исследования обусловлена необходимостью критического осмысления механизмов воспроизводства гендерных норм, а также выявления универсальных и культурно-специфических особенностей их языковой репрезентации в русской и английской лингвокультурах.

В лингвистической науке понятие «гендер» как аналитическая категория было введено Дж. Скотт в 1986 г. [1; с 45]. Под гендерными стереотипами понимаются схематизированные, упрощённые и эмоционально окрашенные образы мужчин и женщин, распространяемые на всех представителей соответствующей социальной группы. Классификация гендерных стереотипов, предложенная В.Е. Каганом и И.С. Клециной, включает три группы: стереотипы маскулинности/феминности, стереотипы распределения семейных и профессиональных ролей, а также стереотипы о различиях в трудовой деятельности [2; с 203]. В рамках данного исследования фокус сделан на первой и второй группах, поскольку именно они наиболее активно репрезентируются в контенте модных изданий.

Материалом исследования послужили 300 русскоязычных и 300 англоязычных заголовков из ведущих модных онлайн-изданий русской и английской лингвокультур за период январь 2024 – март 2025 гг. Русскоязычный корпус представлен изданиями «Vogue Russia», «Cosmopolitan Russia», «Glamour Russia»; англоязычный – «British Vogue», «Cosmopolitan UK», «Glamour UK», «Harper’s Bazaar UK». Выбор изданий обусловлен их лидирующими позициями в сегменте женской прессы согласно данным «Mediascope» и «PwC». Методология исследования

включает методы сплошной выборки, критического дискурс-анализа (Н. Фэркло, Т. ван Дейк), лингвопрагматического анализа (анализ пресуппозиций и импликатур), квантитативного анализа частотности маркеров, а также сопоставительный метод.

Анализ языкового материала позволил выделить несколько ключевых механизмов, с помощью которых глянцевый дискурс формирует и закрепляет нормативные представления о женщинах. К числу универсальных механизмов, характерных для обеих лингвокультур, относятся:

- Императивные конструкции – прямое побуждение к действию, создающее эффект непререкаемого правила. В русскоязычных заголовках преобладают формы повелительного наклонения («срочно покупаем», «забудь», «попробуй»), в англоязычных – смягчённые конструкции с модальными глаголами («you need to», «why you should»).
- Метафоры – структурируют восприятие женского тела и внешности через образы проекта, механизма или поля битвы: «привести себя в форму», «борьба с морщинами», «detox program», «fight ageing». Тело мыслится как объект, требующий постоянного контроля и улучшения.
- Клише потребительского характера – «must-have», «инвестиционная сумка», «wardrobe essential», «база». Создаётся иллюзия объективной необходимости обладания определёнными вещами.
- Пресуппозиции – неявные, принимаемые как данность установки: существование идеальной внешности, необходимость подготовки тела к пляжному сезону, ответственность женщины за гармонию в семье и отношениях.

Количественный анализ выявил статистически значимые расхождения по ряду маркеров. Частотность употребления лингвистических маркеров в заголовках представлена в таблице.

Таблица – Частотность лингвистических маркеров в русскоязычных и англоязычных глянцевых изданиях (%)

Маркер	Русскоязычные издания	Англоязычные издания	Разница
Императив	68,3 %	51,7%	16,6%
Инфантильная лексика	61,7%	28,3%	33,4%
Клише	58,3%	63,3%	5,0%
Эмпауэрмент	18,3%	55,0%	36,7%
Метафоры	55,0%	48,3%	6,7%

Рассмотрим некоторые расхождения в лексических и грамматических маркерах.

Наиболее значимые различия зафиксированы по маркеру «инфантильная лексика» (обращения «девочки», «красотки», уменьшительно-ласкательные формы), частота которого в русскоязычных изданиях (61,7%) более чем вдвое превосходит англоязычные (28,3%). Это свидетельствует о патерналистской модели коммуникации, характерной для российского глянца, где автор занимает позицию «старшей подруги», наставляющей читательницу.

Обратную картину демонстрирует маркер «эмпауэрмент» (55,0% в англоязычных изданиях против 18,3% в русскоязычных). Лексика заботы о себе, личной силы и осознанного выбора («you deserve», «self-care», «empowerment», «your best

self») активно используется в английском дискурсе. Однако качественный анализ позволяет говорить о феномене гибридности: прогрессивная риторика принятия себя часто маскирует коммерческие цели. Так, заголовок «Why I stopped trying to "fix" my skin — and why you should too» декларирует освобождение от стандартов, но завершается скрытым императивом, побуждающим к повторению.

Одним из примеров различия между гендерными стереотипами является расхождение в культурной специфике. Например, в рубрике, посвящённой карьере, русскоязычные издания фокусируются на образе «суперженщины», вынужденной совмещать профессиональную реализацию и семейные обязанности: «Как она всё успевает: день из жизни основательницы бренда и мамы троих детей». Англоязычные издания, напротив, делают акцент на лидерстве и личных амбициях как самостоятельной ценности: «The Power of Ambition: Why Women Are Redefining Leadership». Это отражает различные культурные модели женского успеха: в российской лингвокультуре успешность женщины по-прежнему требует оправдания через гармонию семьи и карьеры, в то время как в англоязычной карьерные достижения могут выступать самостоятельной ценностью.

Таким образом, русскоязычный дискурс характеризуется большей прямолинейностью, дидактичностью и ориентацией на традиционные гендерные роли, что проявляется в высокой частотности императивов и инфантилизирующих обращений. Англоязычный дискурс использует риторику эмпауэрмента и самопринятия, однако сохраняет нормативную нагрузку, создавая иллюзию осознанного выбора. Также в культурах наблюдается различия в образах женщин, транслирующихся в изданиях как примеры подражания.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Scott, J. W. Gender: A Useful Category of Historical Analysis / J. W. Scott // The American Historical Review. – 1986. – Vol. 91, No. 5. – P. 1053–1075.

2. Исраилова М.Р., Особенности употребления феминативов в Интернет-пространстве 2019 – https://journals.susu.ru/lcc/article/view/729/989

3. Каган, В.Е. Гендерные стереотипы: классификация и подходы к изучению / В.Е. Каган, И.С. Клецина // Психология и психофизиология. – 1995. – № 3. – С. 10–18.

4. Колесников, Н. П.Толковый словарь названий женщин / Н. П. Колесников. – Москва : Астрель, 2002. – 608 с.

5. Кубаева, О. В. Новая волна феминитивов в современном русском языке / О. В. Кубаева. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-volna-feminitivov-v-sovremennom-russkom-yazyke/viewer (дата обращения 23.02.24).

6. Мамунц, А. С. Феминитивы в языке современных СМИ: автореф. дис. … канд. филол. наук / А. С. Мамунц. – Саратов, 2021.

7. Прохорова Д. М., Специфика феминитивов в современном русском языке, 2022 г. – http://elib.rshu.ru/files_books/pdf/rid_54c1b0a9a12746f1afbddeeb21245145.pdf

8. Самойленко Н.С., Стекленева А.А.Феминитивы как инструмент гендерной дифференциации в СМИ - https://cyberleninka.ru/article/n/feminitivy-kak-instrument-gendernoy-differentsiatsii-v-smi

9. Шкаликов М. М., Нагорная М. С., Феминитивы в русскоязычном коммуникативном пространстве современности: генезис и эволюция, 2022 - https://cyberleninka.ru/article/n/feminitivy-v-russkoyazychnom-kommunikativnom-prostranstve-sovremennosti-genezis-i-evolyutsiya

REPRESENTATION OF GENDER STEREOTYPES IN ENGLISH AND RUSSIAN LINGUOCULTURES (BASED ON THE CONTENT OF FASHION ONLINE MAGAZINES)

A.A. Adamova
Don State Technical University, Rostov-on-Don, Russia,
Annaadamova27@mail.ru

The article is devoted to a comparative analysis of linguistic mechanisms for constructing gender stereotypes in Russian‑language and English‑language fashion online magazines. Based on a corpus of 600 headlines and article titles from 2024–2025, universal and culture‑specific markers are identified.

Keywords: gender stereotypes; linguoculture; fashion online magazines; discourse analysis; imperative; infantile vocabulary; empowerment; discourse hybridity.

УДК 811.512.164'373.7

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЕ ИСТОКИ ОНОМАСТИЧЕСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ ТУРКМЕНСКОГО ЯЗЫКА

Т.Б. Бекджаев
Туркменский государственный университет имени Махтумкули
Ашхабад, Туркменистан, taganbekjayew@gmail.com

В статье рассматривается ономастика, встречающаяся в составе фразеологизмов туркменского языка. Установлено, что в структуру туркменских фразеологизмов входят имена героев восточной литературы, а также имена исторических и религиозных личностей. В составе некоторых фразеологизмов также встречаются топонимы. Ономастические единицы, входящие во фразеологизмы, относятся к древним эпохам.

Ключевые слова: ономастика; туркменский язык; фразеологизм; антропоним; топоним.

Устойчивые выражения, или фразеологизмы, которые встречаются почти во всех языках мира, имеют чрезвычайно большое значение для отражения национальных особенностей народа, говорящего на данном языке. Во фразеологизмах заключён богатый исторический опыт народа, связанный с его бытом и культурой. Их правильное и уместное использование придаёт речи неповторимое своеобразие, особую выразительность, художественность и остроту.

Изучение состава и истории туркменских фразеологизмов позволяет раскрыть характерные стороны национальной культуры народа, которые отличают её от культур других народов. Историко-этимологические исследования фразеологизмов дают возможность более глубоко понять их значения и безошибочно использовать их в речи.

Присутствие ономастической лексики в составе ряда фразеологических единиц туркменского языка указывает на то, что источники их происхождения связаны с историческими личностями и событиями. Можно также заметить, что некоторые фразеологические единицы, содержащие имена собственные, берут своё начало из различных легенд и преданий. В туркменских фразеологизмах чаще всего встречаются, главным образом, антропонимы.

В современном туркменском языке активно используется фразеологизм **“Межнун болмак”** (букв. “стать как Меджнун”). Он имеет значения: “обезуметь, сойти с ума, стать безумным, лишиться рассудка” [2, с. 259]. Слово “Mejnun” в

составе фразеологизма указывает на то, что он берёт своё начало из рассказов о Лейли и Меджнуне.

Сюжет “Лейли и Меджнун”, берущий начало от стихов о Меджнуне, возникших в арабской литературе примерно в VII веке, на протяжении столетий превратился в великолепные произведения в творчестве великих классиков Востока: Низами Гянджеви (1141–1209), Амира Хосрова Дехлеви (1253–1325), Абдурахмана Джами (1414–1492), Алишера Навои (1441–1501), Мухаммеда Физули (год смерти 1555/56) и Нурмухаммеда Андалыба (1660–1740). Согласно этому сюжету, молодой человек из арабского племени Бани Амир, чьё настоящее имя было Кайыс, влюбляется в девушку по имени Лейли. Из-за того, что отец Лейли выступил против, Меджнун не смог на ней жениться. Вследствие этого Меджнун лишается рассудка, уходит в пустыню и живёт среди животных. Лейли также заболевает из-за разлуки с Меджнуном и умирает. Услышав о смерти Лейли, Меджнун долго оплакивает её у её могилы и там же умирает. Его хоронят рядом с Лейли.

В составе фразеологизмов туркменского языка также встречаются антропонимы “Hatam” и “Hatam taý”. Фразеологизм **“Хатам болмак”** (букв. “быть как Хатам”) означает “быть щедрым, великодушным”. В туркменском языке человека, который, не жалея своего имущества и богатства, раздаёт его народу, или того, кто, даже испытывая трудности, отдаёт свою последнюю копейку или вещь нуждающемуся, называют “Hatam taý ýaly” (букв. “как Хатам Тай”). Имя “Hatam” широко известно как символ щедрости и в туркменском фольклоре, и письменной литературе. Человек, имя которого упоминается во фразеологизмах “Hatam bolmak” и “Hatam taý ýaly”, как отмечает учёный-литературовед А. Мередов, на самом деле: “Хатам ибн Абдулла ибн Сагд ат-Таи́. Он принадлежал к арабскому племени Таи́ и был легендарным щедрым человеком, жившим примерно в VI веке, до возникновения ислама. Он прославился своей щедростью, а также приобрёл известность в красноречии и поэзии. От него остались некоторые стихи. Он чаще всего известен на всём Востоке под именем Хатам Таи́. Многие поэты уподобляли ему тех людей, которых они восхваляли за щедрость.” [1, с. 933].

Среди фразеологизмов, возникших на основе жизни, характера, доблести и деяний исторических личностей, также присутствуют выражения **“Рүстем болмак”** (букв. “стать как Рустам”) и “Рүстем гелмек” (букв. “прийти Рустамом”). Они имеют значения “одержать верх, превзойти соперника, победить”.

Кто же такой Рустам (Рүстем), чьё имя, символизирующее силу, отвагу и богатырство, упоминается в составе фразеологизмов? Рустам, сын Заля и Рудабы в эпосе Фирдоуси “Шахнаме”, является одним из главных героев восточных народных преданий. Он совершил множество подвигов во времена правления Кей-Кубада, Кей-Кавуса и Кей-Хосрова. Его доблесть подробно описана в “Шахнаме” Абулкасыма Фирдоуси. В литературе и народном творчестве Рустам считается символом храбрости и героизма. Учёный М. Чарыев, основываясь на различных источниках, выдвигает предположение о том, что образ Рустама возник в Центральной Азии: “В фольклоре и литературе восточных народов такие качества, как бесстрашие, мужество и отвага, широко разрабатывались на примере образов отца и сына – Заля и Рустама. Множество легенд и рассказов о них сохранилось до сих пор. Некоторые учёные соседних народов утверждают, что первоначальное место возникновения образа Рустама связано с древними саками, которые жили на территории Центральной Азии” [3, с. 123].

В современном туркменском языке слово “рүстем” (рустам) также может выражать значения “преодолеть, победить”, даже не входя в состав фразеологизма. Оно подверглось семантическому расширению (расширению значения).

Ряд антропонимов, вошедших в состав фразеологизмов туркменского языка, связан с религией. Примером могут служить следующие фразеологизмы:

“Алыныӊ арыны Ахметден алмак (чыкармак)” (букв. “брать (вымещать) месть Али с Ахмета”, “За провинность Али мстить Ахмеду”) — наказывать невиновного, вымещать свой гнев на чём-либо или ком-либо другом, мстить кому-то другому вместо виновного. В этом фразеологизме присутствуют имена собственные “Алы” (Али) и “Ахмет” (Ахмет). Первое из них — это Али ибн Абу Талиб ибн Абд аль-Мутталиб ибн Хашим. Он считается символом храбрости и доблести в исламе. Ахмет — это одно из имён пророка Мухаммеда, и оно имеет значение “самый восхваляемый, прославленный”.

“Хыдыр ата ялы” (букв. “как Хыдыр-ата”) — о человеке, который оказал помощь в трудной ситуации, пришёл на выручку в тяжёлый день.

“Хыдыр диениӊ хырс чыкмак” (букв. “то, что назвал Хыдыром, оказалось злом”) — то, что считалось хорошим, оказалось плохим; не оправдать ожиданий, обмануться.

Хыдыр (Hydyr), Хыдыр-ата — среди туркмен известен как благословенная личность, которая указывает путь заблудшим и оказывает помощь. В туркменской классической литературе он чаще всего известен под именем Хызр (Хыдыр). Согласно преданиям, Хыдыр жил во времена пророка Мусы (Моисея). Также встречаются упоминания о том, что настоящее имя Хыдыра — Уталийа, а также Илийайухан [1, с. 986]. Ещё одно ономастическое имя, встречающееся в составе туркменских фразеологизмов — это “Нух” (Нух/Ной). Пророк Нух поместил в построенный им ковчег по паре всех живых существ на Земле. После этого начался сильный дождь, и мир был затоплен. Все люди и животные, не попавшие на ковчег, погибли. После того как потоп утих, люди и животные, находившиеся в ковчеге Нуха, вышли наружу, и жизнь началась заново.

С этим событием связаны такие фразеологизмы туркменского языка, как “Nuhuň gämisi” (Ковчег Нуха/Ноя), “Nuhuň tupany” (Потоп Нуха/Ноя, ноев потоп, всемирный потоп), “Nuh eýýamy” (Эпоха Нуха/Ноя).

Нухуӊ гэмиси (Ноев ковчег)– ковчег, в который во время всемирного потопа были собраны пары живых существ (каждой твари по паре).

Нухуӊ тупаны (всемирный потоп) – всемирный потоп, времена всемирного потопа.

Нух эйямы (döwri) (времена Ноя) – 1. Время, когда жил пророк Ной. 2. В стародавние времена.

Фразеологизмы в составе которых имеется слово Нух (Ной) в большинстве своем используются в значении очень давно, в древние времена. В туркменском языке выражение “Времена пророка Ноя” употребляется в значении очень давние, древние времена.

К ономастическим фразеологизмам туркменского языка также относятся фразеологические единицы **“мүӊкүр болмак”** и **“мүӊкүрлик этмек”** (букв. “быть Мункюром”, “поступать как Мункюр”). Они выражают значения сомнения в чем-либо или в ком-либо, отсутствия доверия, наличия смутных подозрений и недоверия. По своему происхождению слово “мүӊкүр” восходит к именам собственным и было заимствовано в туркменский язык из арабского. Согласно мусульманским представлениям, после смерти человека и его погребения в могиле, первыми к

нему являются два ангела, которых зовут Мункюр (Мункар) и Некир (Накир). Считается, что они допрашивают покойного о деяниях, совершенных им при жизни, анализируя его добрые и плохие поступки. На основе этого религиозного представления имя ангела "Мункюр" перешло в разряд имен нарицательных, приобрело такие значения, как "неверие" и "сомнение", и стало основой для формирования фразеологизмов. В данном случае мы также наблюдаем влияние ислама на народный язык.

Происхождение целого ряда фразеологизмов в туркменском языке также связано с именами пророков, упоминаемых в Торе и Евангелии. О скупых, алчных и крайне жадных людях в туркменском языке говорят **"Карун ялы"** (букв. "как Карун") или **"Карун болмак"** (букв. "стать Каруном"). Кто же такой этот Карун, чье имя упоминается в составе данных фразеологизмов?

Это слово также по происхождению является арабским. Это имя богача, упоминаемого в иудейской Торе. Карун был двоюродным братом пророка Мусы (Моисея) и обладал несметными богатствами. Однако он был чрезвычайно скуп и алчен. Сколько бы старейшины племени ни наставляли его помочь своим соплеменникам, он не прислушивался к словам предводителей. Пророк Муса потребовал от него выплаты заката (ежегодного пожертвования, которое мусульмане выплачивают в размере одной сороковой части от своего общего имущества) [1, с. 352]. Однако Карун уклонился от этого и отказался давать закат. Более того, он оклеветал пророка Мусу, обвинив его в безнравственности. Вскоре стало известно, что его навет был ложью. Муса проклял Каруна, сотворив недобрую молитву (бетдога). В результате земля разверзлась и поглотила его вместе со всем его богатством. Имя "Карун", ставшее символом скупости, широко используется в туркменской классической литературе и народном творчестве.

В составе фразеологизмов также можно встретить топонимы. Например:

"Мүсүрде ша боландан, Кенганда геда бол" (букв. "Чем быть шахом в Египте, лучше быть нищим в Кенгане") — значение этого фразеологизма заключается в том, что лучше быть нищим на своей родине, чем жить хорошо и царствовать в чужой, далёкой стране. Возникновение этого фразеологизма связано с жизнеописанием пророка Юсуфа (Иосифа), двенадцатого сына пророка Якуба (Иакова). Кенган — это название родины пророка Юсуфа, а Миср (Мүсүр) — название страны, где он царствовал (Египет). О пророке Юсуфе и его приключениях в туркменской литературе создан ряд произведений. В качестве примера можно привести написанное в XIII веке в Хорезме стихотворное произведение на туркменском языке "Кысса-и Юсуф" поэта Али, труд "Кысас-и Рабгузи" туркменского учёного Насыреддина Рабгузи, жившего в XIV веке, и дастан "Юсуф и Зулейха" туркменского классического поэта Нурмухаммета Андалыба, написанный в XVIII веке.

Изучение состава фразеологизмов туркменского языка даёт возможность получить научные сведения об их происхождении и истории. Ономастика в составе фразеологизмов помогает определить мировоззрение народа, его религиозные верования, уровень знаний и образования и т. д.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Мередов, А. Магтымгулының дүшүндиришли сөзлүги / А. Мередов. – Гонбед Кабус : Ашык Данеш, 1997. – 1273 с.

2. Түркмен дилиниң фразеологик сөзлүги / Г. Атаев [и др.] ; сост.: Г. Атаев, Г. Ачылова, А. Борджаков, С. Гуджиков, А. Сахедов. – Ашгабат : Ылым, 1976. – 400 с.

3. Чарыев, М. Магтымгулы ве халк дөредиҗилиги / М. Чарыев. – Ашгабат : Ылым, 1983. – 152 с.

HISTORICAL AND CULTURAL ORIGINS OF ONOMASTIC PHRASEOLOGICAL UNITS IN THE TURKMEN LANGUAGE

T.B. Bekjayev
Magtymguly Turkmen State University
Ashgabat,Turkmenistan, taganbekjayew@gmail.com

This article discusses onomastics found within the composition of phraseological units in the Turkmen language. It is established that the structure of Turkmen phraseologisms includes the names of protagonists from Oriental literature, as well as the names of historical and religious figures. Toponyms are also present in the composition of some phraseological units. The onomastic units contained within these phraseologisms belong to ancient periods.

Keywords: onomastics; Turkmen language; phraseologism; anthroponym; toponym.

УДК 811’27’23’243

СТРАТЕГИИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ОБЩЕНИИ

Л.И. Богатикова
Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины, Республика Беларусь, Lbahatsikava@yahoo.com

В данной статье рассматривается проблема сущности коммуникативных стратегий, подчеркивается, что каждая коммуникативная стратегия представляет собой прогнозирование, планирование и организацию речевой деятельности для достижения замысла говорящего. В статье дается анализ разных типов коммуникативных стратегий, включая семантический, прагматический, риторический. Предлагаются примеры коммуникативных стратегий и их речевое выражение в общении.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия; речевое воздействие; прагматический; риторический; семантический; межкультурная коммуникация.

В общении и в межкультурном, в частности, в зависимости от цели и намерений человек всегда руководствуется определенными стратегиями поведениями для их достижения. Причем использование коммуникативных стратегий поведения может осуществляться на подсознательном уровне. Преследуя свои цели и намерения и часто не осознавая этого, говорящий использует в своей речи те речевые действия, которые помогают подсознательно направлять разговор и поведение собеседника так, чтобы достичь от него вербального и невербального поведения, соответствующего поставленным целям для достижения эффективности общения и планируемым результатам. Стратегии коммуникативного поведения определяются действующими социальными нормами и культурными ценностями конкретного лингвокультурного общества. В связи с чем в межкультурной коммуникации большое значение приобретает прогнозирование результата общения, что вызывает необходимость и большую значимость умение планирования и организации общения, т.е. умение использования соответствующих стратегий, предполагающих отбор определенных речевых средств, формулировку суждений, фактов, типов коммуникативных актов и проч. и, в целом, планирования всей речевой деятельности.

Каждая коммуникативная стратегия как прогнозирование, планирование и организация речевой деятельности для достижения замысла говорящего предполагает учет трех факторов:

а) знание и понимание своей аудитории, собеседника, с которым ведется разговор, соотнесение информации о ситуации с их / его фоновыми знаниями;

б) общение должно быть значимым и важным для участника общения;

в) информация должна быть простой и доступной для понимания и постоянно поддерживаться обратной связью.

Различают различные виды коммуникативных стратегий, например: информирующая, развлекательная, стратегия убеждения, мотивирующая или регулирующая. Первая из них, информирующая (*informative or speaking to inform*), предполагает передачу информации, каких-либо сведений, обмен знаниями и может даже использоваться для запугивания или скрытия информации. Стратегия развлечения или развлекательная стратегия (*entertaining*) ориентирована на получение удовольствия и основана, в основном, на юморе. В основе стратегии убеждения (*persuasive*) лежит речевое и неречевое воздействие с целью достижения конкретной цели и предполагает комплекс речевых и психологических приемов для изменения позиции собеседника. Стремление убедить реализуется с помощью таких приемов обращения к аудитории, как: *пафос* (взывает к чувствам), *логос* (опирается на доводы разума) и *этос* (апеллирует к нормам культуры). Мотивационная стратегия или регулирующая (*motivating or regulating*) – это создание позитивной атмосферы, потребности не только отреагировать на конкретное речевое действие, но и что-то сделать и получить удовлетворение от самого процесса и его результата.

В своей классификации О. С. Иссерс [2] выделяет следующие четыре типа основных коммуникативных стратегий:

а) семантический тип коммуникативных стратегий; сюда относятся уговоры, просьба, убеждение, а также оскорбление, издевка / высмеивание, обвинение, которые представляют собой стратегии дискредитации;

б) прагматический тип коммуникативных стратегий, который включает комплимент, похвалу / одобрение и самопрезентацию – создание имиджа;

в) риторический тип коммуникативных стратегий, к которому относятся рекламирование, речевое воздействие и языковое или словесное манипулирование.

Следует отметить, что речевое воздействие оказывается не только с помощью риторического типа коммуникативных стратегий, оно присутствует и в других типах стратегий и других ситуациях, хотя, возможно, на подсознательном уровне. Даже обращаясь с просьбой говорящий уже преследует цель оказать какое-то воздействия и добиться выполнения речевого или неречевого действия от своего собеседника. Однако в риторическом типе коммуникативных стратегий оно наиболее ярко выражено, что особенно очевидно в рекламах, уговорах и манипулировании. Речевое воздействие можно с уверенностью сказать, всегда сопровождает речевое общение.

Большинство говорящих легко определяют в речевом общении различия между стратегиями такими, как, например, просьба, уговоры и убеждение.

She softened him up — Она уговорила (обработала) его.

Как считает О. С. Иссерс [2, с. 142], наиболее очевидным отличием просьбы от уговоров следует считать “количественный” признак: тактика уговоров не может быть реализована посредством одного коммуникативного хода.

Предварительным условием выбора этой тактики является убеждение говорящего в том, что партнер не согласится выполнить просьбу с первого раза, что для достижения цели потребуется некоторое множество аргументов. В этом можно убедиться, если сравнить контексты типа:

Он сразу же откликнулся на мою *просьбу* и маловероятное высказывание

Он сразу же откликнулся на мои уговоры. Реакция типа: *"Зачем ты меня уговариваешь? Я готов помочь",* – свидетельствует о том, что партнер оценивает выбор тактики уговоров как неудачный – достаточно было бы просьбы.

Основными приемами и способами коммуникативной стратегии убеждения являются следующие:

а) создание достоверности путем обмена опытом, впечатлениями, цитированием достоверных источников, демонстрацией успехов, компетентности и квалификации;

б) воздействие на эмоции, поскольку многие люди руководствуются, в основном, своими эмоциями нежели разумом в решении важных вопросов. Этого можно достичь с помощью историй / рассказов, ситуаций и примеров из прошлого опыта с использованием эмоционально-экспрессивных средств различных языковых уровней (фонетического, лексического, грамматического, стилистического);

в) использование логических аргументов и доказательств, каких-либо фактов, подкрепленных конкретными данными, статистической информацией;

г) указание на пользу и преимущества данного предложения, мнения, действия, продукта и т.д., демонстрируя, как данное утверждение / действие и проч. соответствует интересам собеседника;

д) использование подтверждения и поддержки данного мнения, взгляда, действия, поступка и проч. со стороны общества; здесь имеется в виду тот факт, что, как правило, люди следуют примеру других, т.е. если один – два – три человека поддерживают данную точку зрения, то и другие к ним присоединяются;

е) указание на ограниченность доступности данного предмета / продукта, призывая таким образом своего собеседника / аудиторию к необходимости приобрести его как можно скорее;

ж) повторение ключевых моментов сообщения, способствуя таким образом лучшему пониманию и запоминанию смысла сообщения;

з) представление примеров решения данной проблемы, что может побудить собеседника к соответствующим действиям или последовать предложенному решению;

и) поощрение взаимных уступок, взаимной поддержки, взаимовыручки и взаимопомощи; например: небольшой подарок или скидка и проч.; в данном случае аудитория будет вынуждена реагировать соответственно;

к) уверенность, доходчивость, логичность, доказательность и обоснованность, наглядность.

Коммуникативная стратегия дискредитация предполагает умышленные действия, направленные на подрыв авторитета, имиджа и доверия к кому-либо, умаление его достоинства и авторитета [3] [4], внушение неуверенности в истинности и сомнения в положительных качествах человека и реализуется в стратегиях *оскорбления, издевки, обвинения, насмешки.* Для обозначения этих действий используются такие лексические единицы, как оскорбить (оскорбление), издеваться (издевка), насмехаться (насмешка), обидеть (нанесение обиды), обвинить (обвинение). *Оскорбить* – ‘крайне обидеть, унизить кого-либо; уязвить, задеть в кого-либо чувства’; *издеваться* – ‘зло, оскорбительно высмеивать кого-либо, что-либо;

насмехаться, глумиться'. *Обидеть* – 'причинить, нанести обиду', обида – 'несправедливость, несправедливый поступок, поведение по отношению к кому-либо; незаслуженное оскорбление'. *Насмехаться* — 'делать что-либо предметом насмешек, оскорбительных замечаний', насмешка – 'обидная шутка по поводу чего-либо, кого-либо' [5]. В англоязычной культуре стратегии издевки и насмешки. могут быть выражены следующим образом:

ridicule:

"His idea of wearing socks with sandals is a true fashion statement… if you're going for the 'grandpa at the beach' look."

"The committee's decision to schedule a meeting during happy hour is just brilliant… if you enjoy torturing your employees."

Обвинять – 'полагать, считать виновным'. Однако обвинение отличается от оскорбления тем, что не предполагает намерения унизить, уязвить, выставить в смешном виде. Причем в зависимости от ситуации обвинение может быть выражено по-разному:

accusation:

Public Shaming: *Accusing someone in a group setting, amplifying humiliation and stress. Example: "Look, everyone, at who's responsible for our failure."*

"Your incompetence is dragging the whole team down."

Finger-Pointing: *Physically pointing while assigning blame, intensifying confrontation. Example: "This is your fault; you can't escape it."*

Name-calling: *Using insults during an argument, damaging relationships. Example: "You're nothing more than a lazy underachiever."*

Прагматический тип коммуникативных стратегий представляет собой эмоционально настраивающие стратегии комплимента, похвалы / одобрения и самопрезентацию – создание имиджа.

Для похвалы характерна оценка достижений, предметом которой могут быть умения и способности, упорство и настойчивость, доброта и оказанная помощь, трудолюбие и прилагаемые усилии при выполнении каких-либо задач и действий, положительные черты характера и личности и др. Данная стратегия может быть представлена разными речевыми средствами (очень часто используются идиомы) и, в основном, эмоционально-экспрессивными интонационными моделями:

Fantastic! *– Fantastic job on that presentation!*

You're amazing! *– You're amazing for always being so helpful!*

I'm so proud of you! *– I'm so proud of you for graduating!*

That's incredible! *– That's incredible how you aced that test!*

I'm so impressed with your talent *for writing!*

You have a real knack for that *for fixing things!*

She thinks she's ***the cat's whiskers / the bee's knees*** (thinks she's wonderful*).*

He was dressed up ***like a dog's dinner*** (over-dressed in a showy way).

- Елена Сергеевна, какая вы молодец, что организовали этот вечер!

Выделяют два вида самопрезентации – эксплицитную и имплицитную. В большинстве случаев самоподача осуществляется эксплицитно:

"Я центрист, державник и либерал" (Руцкой);

Имплицитный вид самопрезентации можно определить по определенным лексическим единицам и семантике, типа "служение родине, народу" и др.

I've been with Greenfield Manufacturing for about 2 years working as a quality control inspector. (a good specialist)

Риторический тип коммуникативных стратегий, как было сказано выше, включает рекламирование и поскольку реклама представляет собой особую сферу деловой деятельности, в ней используются любые способы: языковые, визуальные, визуально-языковые. Для того чтобы привлечь внимание адресата рекламы, используются все средства, в первую очередь – открытые «игры» с правописанием, значением слов, графикой, нарочитые орфографические ошибки, контаминации (слияние слов), фонетическое письмо, смешение морфем разных языков и проч. Англоязычные рекламы изобилует такого рода примерами, поскольку в культурной традиции английского языка игра словами и юмор, часто основанный на этой игре, представляют особую ценность.

Petcetera (*pet* – домашнее животное + *etcetera* – и так далее) – сеть магазинов, торгующих кормом и товарами для домашних животных.

Be fair – pay fare – призыв оплатить проезд.

Stop, Revive, Survive, Break the drive, stay alive – плакаты на шоссе Сидней-Мельбурн в Австралии, призывающие водителей остановиться на отдых, чтобы избежать аварий [1].

Таким образом, следует отметить, что речевое взаимодействие между носителями разных языков возможно и может быть реализовано при условии осознания различий и особенностей иноязычной культуры, особенностей взаимодействия различных культур и овладении этими особенностями и коммуникативными стратегиями, специфичными для данной культуры, тем более, если речь идет о таких ситуациях, где требуется не только обеспечить взаимопонимания, но и убедить своего собеседника в правоте своей точки зрения. Таковыми ситуациями могут быть обсуждение каких-либо торговых сделок, каких-то проблем на научных конференциях, симпозиумах, встречах, делового сотрудничества, в целом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Богатикова, Л.И. Лингвокультурология. Практикум: учеб. пособие / Л.И. Богатикова. – Минск : РИВШ, 2016. – 302 с.

2. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – изд. 5. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.

3. Карякин, А. В. Стратегия дискредитации как способ реализации речевой агрессии / А.В. Карякин // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2 : Языкознание. – 2009. – № 2. – С. 163-167.

4. Сиворакша, М. А. Дискредитация как разновидность конфликтного общения / М.А. Сиворакша // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2007. – № 44. – С. 454-457.

5. Словарь русского языка: в 4-х томах. – М., 1984. – 789 с.

STRATEGIES OF COMMUNICATIVE BEHAVIOUR IN INTERCULTURAL COMMUNICATION

L.I. Bahatsikava

Francisk Scorina Gomel State University

Belarus, Lbahatsikava@yahoo.com

This article examines the problem of the essence of communicative strategies, emphasizing that each communicative strategy represents the prediction, planning, and organization of speech activity to achieve the speaker's intention. The article provides an analysis of different types of communicative strategies, including semantic, pragmatic, and rhetorical strategies. Examples of communicative strategies and their verbal expression in communication are offered.

Keywords: communicative strategy; speech influence; pragmatic; rhetorical; semantic; intercultural communication."

УДК 94(476)+37.014.5:811.162.1(476)«1837/1860»

ЯЗЫКОВАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ В СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ КРАЕ (1830–1860 ГГ.): БОРЬБА ЗА «РУССКОЕ ДЕЛО» И СТАТУС ПОЛЬСКОГО ЯЗЫКА В ОБРАЗОВАНИИ

А.И. Ганчар
Гродненский государственный аграрный университет,
Республика Беларусь, gancharandre1@yandex.ru

В статье анализируется процесс вытеснения и последующего частичного восстановления преподавания польского языка в учебных заведениях Виленского учебного округа в 1830–1860-е гг. Исследуются причины запрета 1837–1852 гг., механизмы замещения польского языка русским, а также дискуссия о допустимости польского языка в сельских приходских училищах. Особое внимание уделяется аргументации попечителей (Е.П. Врангеля, Г.И. Карташевского) и министров (С.С. Уварова, А.С. Норова), а также экономическим аспектам (финансирование из Эдукационного фундуша и доходов с упразднённых монастырей).

Ключевые слова: образование, Самогития, польский язык, Виленский учебный округ, римско-католическое вероисповедание, приходская школа, гимназия.

Актуальность исследования языковой политики на западных окраинах Российской империи в середине XIX в. обусловлена современными дискуссиями о роли языка в формировании идентичности и межкультурной коммуникации. Вопрос о преподавании польского языка в казённых заведениях Виленского учебного округа после мятежа 1830–1831 гг. стал не педагогической, а политической проблемой. Цель данной работы – реконструировать логику имперских властей при запрете и последующем (1856 г.) частичном разрешении польского языка, выявив противоречия между стремлением к русификации и прагматической необходимостью учитывать языковую реальность края. Источниковой базой послужило дело вводимое в научный оборот в контексте анализа бюрократических механизмов принятия решений.

Преподавание польского языка в казённых заведениях Виленского учебного округа было уничтожено в 1837 г., а в частных – в 1852 г. после чего распределение уроков по гимназиям и по уездным для дворян училищам неоднократно изменялось и наконец, по отмене преподавания латинского языка в дворянских училищах и при ограничении его в гимназиях, усилено было преподавание математики и иностранных языков. При существовавших требованиях образования в гимназиях и училищах, в случае возобновления в них преподавания польского языка, по мнению попечителя ВУО барона, генерал-лейтенанта Егора Петровича Врангеля, от 26 ноября 1856 г., нельзя было возвратиться к расписанию уроков, бывшему до 1837 г. Для этого нужно было часы, положенные для преподавания польского языка, отнести на счёт уроков математики и преимущественно иностранных языков и из производимого дополнительного жалованья составить, пропорционально с числом уроков, жалованье учителю польского языка, преподавание которого могло быть, как добавочные уроки, поручено учителям польского происхождения, предпочтительно воспитывавшихся в бывшем Виленском университе-

те. Что же касалось возобновления польского языка в Виленском казённом образцовом пансионе и вообще в частных заведениях, то, так как в них не было, по учебной части изменений, то надлежало принять в руководство опять те планы и распределение уроков, которые существовали в них до уничтожения польского языка [1, л. 2–3].

Для распространения религиозно-нравственного образования между государственными крестьянами в казённых имениях на основании общего училищного устава 1828 г. учреждены были по выс. пов. 22 июня 1842 г. сельские приходские училища, в которых преподавание Закона Божия, русской грамоты, первых четырёх правил арифметики и счисления на счётах было вверено местному православному духовенству по избранию епархиальных архиереев, с сохранением влияния и училищного начальства.

В 1855 г. дошло до сведения МГИ, что в сельских приходских училищах Виленской губернии кроме определённых в учебном уставе предметов преподавался ещё и польский язык, и что неблагонамеренные люди, пользуясь им, старались распространить между крестьянами чтение вредных книг на польском языке, для внушения им ложных понятий о их национальности и о России.

Об этом было сообщено управляющему Виленской палатой государственных имуществ и местному генерал-губернатору для принятия зависящих мер, вследствие чего управляющий ВилПГИ донёс в МГИ, что по тщательному его изысканию, распространения вредных польских сочинений между крестьянами не замечалось и что против этого и на предь приняты им меры, но польский язык действительно преподавался в сельских приходских училищах и с преподаванием его соединено было условие существования самых училищ, т. к. этот язык являлся общеупотребительным между крестьянами, а для $^{4}/_{5}$ из них, следующих р.-к. вероисповеданию, необходим и по религиозным побуждениям. Преподавание же самого языка нисколько не препятствовало изучению русского языка даже католиками, а сам генерал-губернатор отозвался, что изъяснённым в донесении управляющего причинам, он признаёт лучшим преподавание польского языка в сельских приходских училищах оставить в том положении, в каком оно находилось.

Независимо от этого управляющий Ковенской ПГИ вошёл с представлением в МГИ, что народное образование в казённых селениях могло бы быть развито с большим успехом, т. к. сами крестьяне сознавали потребность обучения своих детей грамоте, но для этого необходимо было допустить преподавание местного самогитского языка, на котором говорили крестьяне и совершалось их богослужение, и определить к наставникам сельских приходских училищ, выписанным из семинарий Великороссийских губерний, помощников из местных жителей, знавших самогитский или литовский язык.

Поскольку приходские училища в селениях государственных крестьян учреждались на общих основаниях училищного устава 1828 г. с соответствующими им училищами ведомства МНП, то желая согласить и преподавание в них предметов с началами, допущенными по этому ведомству, управляющий МГИ в должности гофмейстера Е. Хрущёв, посчитал своим долгом, прежде какого-либо по данному предмету распоряжения, сообщить 29 ноября 1856 г. за № 39 о вышеизложенном на усмотрение управляющего МНП, прося уведомить его допущено ли по Западным губерниям в приходских училищах МГИ, в каких размерах и на каком основании преподавание местных польского и самогитского языков и на кого преподавание их возложено [1, л. 5–6 об.].

Из дел ДНП видно, что в 1832 г. министр внутренних дел уведомил, что император по всеподданнейшему докладу, выс. пов. соиз. составленные на польском языке управляющим Виленской р.-к. епархией еп. Клонгевичем два наставления в роде катехизисов, пространное и краткое, о существенных обязанностях подданных к своему государю, напечатать для употребления: первого в городских церквах и высших учебных заведениях, а последнего в сельских церквах и приходских училищах тех мест Западных губерний, где исповедуется р.-к. вера, а для Самогитии польский текст снабдить переводом на местный язык, и введя оба эти наставления в надлежащее употребление, иметь наблюдение за непременным его исполнением.

Вследствие чего министр внутренних дел предписывал РКДК распорядиться о переводе и напечатании наставлений в г. Вильно и о доставлении оттуда экземпляров во все епархии, для введения в надлежащее употребление.

Эти наставления, по напечатании, были введены в употребление в учебных заведениях КУО и ВУО и оставались руководствами по Закону Божию для католиков. МВД сообщало также, что кроме указанных, не должно было вводиться других руководств для учеников.

Во исполнение последовавшей в том же 1832 г. выс. воле, о преобразовании содержимых р.-к. духовенством училищ в светские, требовано было заключение попечителя Белорусского учебного округа, касательно уменьшения числа приходских училищ в Самогитии и о подчинении оставшихся за тем строгому надзору светских смотрителей.

В донесениях по этому предмету, попечитель БУО Григорий Иванович Карташевский, между прочим, писал: «Можно и в Самогитии вводить русский язык, ибо для коренных местных жителей язык польский почти столько же чужд как русский, но первому, однако же, учат, нельзя только принуждать насильно обучаться по-русски. Надобно дать желающим средства учиться этому языку, т. е. дать учителей, знающих по-русски, а в прочем ожидать успеха от времени обстоятельств». Без сомнения полезно было бы, чтобы благонадёжные священники принимали деятельное участие в приходских училищах, где учение веры должно было составлять главный предмет, но там, где правительство опасалось религиозного и политического «фанатизма» духовенства, эта мера, по утверждению МНП, была бы неуместна. Если детей поселян и других нижних состояний р.-к. исповедания будет обучать учитель этой веры по книге, составленной р.-к. духовным начальством и одобренной правительством, если местный приходской священник допущен будет посещать приходское училище, удостоверяться по временам как преподаётся катехизис, который, впрочем, и духовенство заставляло учить наизусть без всяких объяснений, и тем ли молитвам обучают детей, какие назначены, то этого совершенно, по убеждению Г.И. Карташевского, будет достаточным для убеждения всех и каждого благомыслящего, что в училищах не отвращают детей от их веры, на наклоняют их к другому какому-либо исповеданию. Умножать же точки прикосновения духовенства совершенно было бесполезно.

Это заключение попечителя БУО Г.И. Карташевского министр народного просвещения князь Карл Андреевич Ливен нашёл совершенно справедливым и в предложении своём 25 февраля 1833 г. изъяснил, что желательно было бы, чтобы катехизису обучали бы на жмудском языке. Попечителем представлен был экземпляр катехизиса, напечатанный на польском языке. Был ли такой напечатан на жмудском языке из дела не видно. По получении окончательных соображений министр народного просвещения граф Сергей Семёнович Уваров в 1835 г. разре-

шил учредить в Самогитии, вместо содержимых там духовенством, 11 светских приходских училищ.

Независимо предположений о самогитских училищах, попечитель БУО Г.И. Карташевский представлял в 1833 г. общие предположения о новом устройстве приходских училищ в Виленской, Гродненской и Минской губерниях, полагая, что учреждение приходских училищ допускать по мере существенной в них надобности, по уставу 1828 г.

Во всех городских приходских училищах преподавание должно было осуществляться на русском языке с обучением также и польской грамоте, а в сельских, сверх учения о вере, преимущественно надо было обучать русской грамоте. В самогитских же сельских училищах, поощряя к русскому языку, следовало учить жмудской грамоте и катехизис, молитвы и пение преподавать по назначению р.-к. духовного начальства.

Эти вышеуказанные предположения были предложены на рассуждение Главного правления училищ, которое полагало учреждение прочих училищ на изъяснённом основании разрешить. Об исполнении этого м. н. п. С.С. Уваров предложил попечителю БУО 4 ноября 1833 г. за № 9652 [1, л. 7–9].

В 1836 г. граф Протасов в отчёте об обозрении им учебных заведений БУО, между прочим, указал, что витебские гимназии находятся в удовлетворительном положении, русский язык идёт хорошо, особенно в верхних классах, а вот польский язык преподаётся весьма слабо. Против этого рукой императора было написано: «С 1836 г. польский язык более в Витебске не преподавать». Могилёвские гимназии были в ещё лучшем положении: русский язык шёл ещё лучше, чем в Витебске. Протасов предположил, что это из-за того, что сам город был более русский. Против чего уже рукой м. н. п. С.С. Уварова было написано, что император изволил приказать эту же меру распространить и на Могилёв, т. е. не преподавать польский язык. Сам граф Протасов в отчёте отозвался, что не везде оказались равные успехи, но повсюду обращённое глубокое внимание на изучение русского языка дало уже возможность преподавать все предметы на этом языке.

В 1838 г. составлены были новые штаты учебных заведений БУО, 4-х губерний, и выс. ут. 4 января 1839 г. Граф С.С. Уваров, в записке Государственному совету, изъяснял, что в новом штате исключены во всех гимназиях и уездных училищах учители польского языка. Преподавание польского языка с 1836 г. было прекращено по выс. пов. в учебных заведениях двух Белорусских губерний – Могилёвской и Витебской. В штате КУО, выс. ут. в 1835 г., также не положены были учителя польского языка. Что касалось до Самогитии, то там надлежало вновь устроить, по крайней мере, одно дворянское училище. По соображению географического положения самогитских уездов, оказалось, что самым удобным для этого пунктом являлся г. Шавли. В этом городе стала действовать гимназия по штату 1843 г.

По всеподданнейшему докладу м. н. п. Авраама Сергеевича Норова, 12 ноября 1856 г. император Александр II (коронация состоялась 26 августа / 7 сентября) 1856 г.) выс. соиз. на преподавание польского языка в учебных заведениях ВУО, т. е. в губерниях Виленской, Ковенской, Гродненской и Минской. Во исполнение чего м. н. п. А.С. Норов 15 ноября 1856 г. за № 9453 предложил попечителю ВУО войти с представлением: где и какие следовало приискать способы и каким образом это повеление привести в надлежащее исполнение. Самогитский же язык в учебных заведениях МНП не преподавался [1, л. 9–12 об.].

16 марта 1857 г. попечитель ВУО барон Е.П. Врангель в ответ на предложение от 15 ноября 1856 г. за № 9753 сообщил м. н. п. А.С. Норову о предписании всем педагогическим советам дворянского института и гимназий, вверенного его управлению ВУО, обсудить этот вопрос и представить ему свои заключения. Из полученных донесений советов видно, что имевшиеся в гимназиях и училищах денежные средства были столь скудны, что не предвиделось ни малейшей возможности отделить от них что-либо на покрытие предстоявших расходов на жалованье учителю польского языка.

Внимательно рассмотрев в особом комитете, составленном попечителем ВУО из лиц, основательно знавших польский язык, все сделанные ему донесения педагогическим советами гимназий, Е.П. Врангель представил следующие предположения:

1) для преподавания польского языка в дворянском институте, гимназиях и дворянских училищах ВУО назначить при каждом из этих заведений по одному учителю польского языка, с правами государственной службы и жалованьем младшего учителя;

2) при Виленском дворянском институте составить из людей, специально знающих польский язык, временный комитет, которому и поручить производство испытаний кандидатов, желающих занять место преподавателя в гимназиях и училищах, а также рассмотрение о выборе руководства и книг для чтения, уже одобренных начальством и принятых в училищах Варшавского учебного округа;

3) для польского языка, с учётом выс. ут. 10 апреля 1852 г. распределению учебных предметов по классам гимназий, может быть определено в гимназиях 12 уроков, в дворянских училищах – 10 уроков (табл. 1);

4) польский язык преподавать только желающим, отнюдь не делая его обязательным и не иначе как в объёме новейших языков (приложена составленная программа).

Таблица 1. – Распределение учебных предметов по классам гимназий (выс. ут. 10 апреля 1852 г.)

Класс	Назначено		Предполагается отнять для польского языка		Затем останется	
	Предмет	Урок	Предмет	Урок	Предмет	Урок
	Математика	4	Математика	1	Математика	3
I	Чистописание	3	Чистописание	1	Чистописание	2
II	Чистописание	3	Чистописание	1	Чистописание	2
III	Математика	4	Математика	1	Математика	3
	Французский	3	Французский	1	Французский	2
IV	Французский	3	Французский	1	Французский	2
	Немецкий	3	Немецкий	1	Немецкий	2
V	Немецкий	3	Немецкий	1	Немецкий	2
VI	Немецкий	3	Немецкий	1	Немецкий	2
VII	Один урок после обеда					

Источник: Дело о введения преподавания польского языка в Виленском дворянском институте, гимназиях и уездных училищах (15 ноября 1856 г. – 23 августа 1860 г.) // РГИА. – Фонд 733. – Оп. 62. – Д. 1342. – 91 л. – Л. 16 об.

О высылке к себе существующих в ВарУО программ для испытания преподавателей польского языка и принятых руководств по этому предмету, попечитель

ВУО уже снёсся с попечителем ВарУО и по получении от него просимых сведений, а из МНП утверждения программы курса польского языка для училищ ВУО Егор Петрович планировал представить м. н. п. добавочное представление с определением той степени знаний, которой необходимо будет требовать от кандидатов, желающих занять место преподавателей польского языка. По его мнению, от преподавателей этого предмета во вверенном его управлению округом необходимо было требовать основательных знаний русского языка и хотя поверхностного церковно-славянского [1, л. 14– 16 об.].

Таблица 2. – Требуемое содержание на учителей польского языка

Учебное заведение	Количество классов	Количество учителей	Годовое содержание (руб.)
Виленская губерния			
Виленский дворянский институт	7	1	350
Виленская гимназия	7	1	350
4-х классное отделение	4	1	300
Дворянские училища:			
Виленское	5	1	300
Свенцянское	5	1	300
Лидское	5	1	300
Молодечнянское	5	1	300
Всего по Виленской губернии		7	2200
Гродненская губерния			
Гродненская гимназия	7	1	350
4-х классное отделение	4	1	300
Белостокская гимназия	7	1	350
4-х классное отделение	4	1	300
Дворянские училища:			
Дрогичинское	5	1	300
Брестское	5	1	300
Пружанское	5	1	300
Слонимское	5	1	300
Свислочское	5	1	300
Всего по Гродненской губернии		9	2800
Ковенская губерния			
Ковенская гимназия	7	1	350
Шавельская гимназия	7	1	350
Дворянские училища:			
Кейданское	5	1	300
Россиенское	5	1	300
Поневежское	5	1	300
Вилькомирское	5	1	300
Тельшевское	5	1	300
Всего по Ковенской губернии		7	2200
Минская губерния			
Минская гимназия	7	1	350

Слуцкая гимназия	7	1	350
Дворянские училища:			
Минское	5	1	300
Пинское	5	1	300
Новогрудское	5	1	300
Бобруйское	5	1	300
Мозырское	5	1	300
Всего по Минской губернии		7	2200
Всего 30 уч. з.		30	9400

Источник: Дело о введения преподавания польского языка в Виленском дворянском институте, гимназиях и уездных училищах (15 ноября 1856 г. – 23 августа 1860 г.) // РГИА. – Фонд 733. – Оп. 62. – Д. 1342. – 91 л. – Л. 15–15 об.

Тайный советник Грубер, также как и попечитель ВУО, предполагал, что польский язык в учебных заведениях ВУО должен был быть допущен наравне с французским и немецким языками, но с меньшим числом уроков, т. к. ученики поступали в училища зная уже языки практически. Поэтому он полагал для изучения польского языка назначить в гимназиях 11, а в дворянских уездных училищах 9 уроков в неделю, т. е. по одному уроку менее против предположения Е.П. Врангеля, преподавание же самого предмета поручить наличным учителям, знавшим польский язык, с производством им за это в гимназиях по 200 руб., а в училищах – по 150 руб. в год., что составило бы 4 600 руб. сер. в год (табл. 2). Содержание программы польского языка, согласно мнению Грубера: в V классе объяснять родство языка польского со славянским и из истории литературы, в VII классе допустить только краткие замечания о классических польских писателях и их произведениях, а переводы с польского языка делать только на русский язык.

В ВУО состоял 1 дворянский институт, 7 гимназий, 3 4-х классных отделений, 19 5-ти классных дворянских уездных училищ. По именным спискам за 1856 г. значилось, что учителей из уроженцев Западных губерний р.-к. исповедания в указанных учебных заведениях, кроме законоучителей данного исповедания, состояло 110 человек, из которых 69 окончили курс в университетах.

Слуцкая гимназия содержалась Виленским ев.-р. синодом и в пособие на её содержание отпускалось, по недостаточности средств синода, по 4 000 руб. сер. в год из 200 000 руб. сер.

При обозрении Гродненской гимназии в 1856 г., м. н. п. А.С. Норов убедился, что 4-х классное отделение этой гимназии оказалось совершенно бесполезным заведением, как по числу учащихся и слабым их успехах, так и отсутствии затруднений в переводе учеников в соответствующие классы гимназии. Сумму, отпускавшуюся на содержание и наём помещения для отделения, всего 2 580 руб. сер., предположено было обратить на жалованье учителям реальных наук в учреждаемых при Виленской гимназии реальных классах.

Тайный советник Эварест Андреевич Грубер, в отчёте о состоянии учебных заведений в ВУО в 1856 г. находил, между прочим, что и 4-х классное отделение Белостокской гимназии могло быть закрыто, т. к. при уменьшившимся числе учащихся в гимназии не настояло более надобности в отделении учеников.

При решении закрытия 4-х классных отделений Гродненской и Белостокской гимназий, учителям польского языка в остальных гимназиях и дворянских уездных училищах потребовалось бы 8 800 руб. сер. в год, а по предположению Грубера – 4 600 руб. Учителям французского и немецкого языков производилось жалованье в гимназиях ВУО по 300 руб. сер., а в дворянских уездных училищах по

240 руб. сер., кроме добавленного, которое могло доходить в гимназиях до 100 руб., а в училищах до 60 руб.

Во всеподданнейшем отчёте м. н. п. А.С. Норова об обозрении им в 1856 г. некоторых учебных округов, относительно польского языка отмечалось, что до 1839 г. в учебных заведениях Виленской, Гродненской, Минской губерний, а также бывшей Белостокской области преподавался польский язык, а с 1839 г., с изданием новых для этих заведений штатов, из них исключены учителя польского языка. При осмотре же учебных заведений ВУО Э.А. Грубером, тайный советник убедился, что введение польского языка в заведениях ВУО не только не представляло затруднений, но и было желательно, потому что, во-первых, изучение двух родственных языков, как русский и польский, способствует большим в том и другом успехам, доказательство чего он имел при уроках в гимназиях ,где преподаватели русского языка нередко прибегали для изъяснения правил к сравнению двух языков, во-вторых, польский язык в указанных заведениях употреблялся для преподавания Закона Божия р.-к. исповедания, следовательно ученики должны были знать и знали польский язык. Э.А. Груберу казалось неблаговидным, если правительство уже допустило преподавание одного предмета на польском языке, лишать детей возможности изучать правила этого языка, им родного, тогда как их обучали иностранным языкам (французскому, немецкому, латинскому), и, в-третьих, введение преподавания польского языка удовлетворило бы повсюду высказываемое с покорностью желание жителей края.

По штату ВУО 1825 г., в числе учителей наук и языков положены были также учители в гимназиях: старший польской словесности и младший латинского и польского языков, с жалованьем по 400 и 300 руб., а в уездных училищах – один учитель латинского и польского языков, с жалованьем по 300 руб. сер. (училища были 6-ти классные). По штату 9 сентября 1830 г. в учебные заведения Витебской и Могилёвской губерний назначены были учители польского языка, с жалованьем в гимназиях: старшие по 1 625 руб. асс., младшие по 1 200 руб. асс.; в уездных для дворян училищах преподавание польского языка возложено было на учителя латинского языка, которому полагалось жалованья по 1 200 руб. асс. в год; в уездных 3-х классных для мещан училищах учителю польского языка полагалось жалованья 700 руб. асс.

В 1831 г. последовало выс. пов. об упразднении в Западных губерниях училищ, содержимых р.-к. духовенством, и о замене их постепенно и по мере возможности светскими учебными заведениями. Из дела о преобразовании училищ из духовных в светские видно, что попечитель БУО Г.И. Карташевский, между прочим, представлял, что в заведениях округа русский язык должен был являться главным предметом и иметь несколько больше часов против положенного уставом 1828 г., а из др. учебных предметов должны были ему помогать те, в которых этот язык мог глубже укореняться в польском юношестве. Сюда относились и переводы с иностранных языков на русский. Необходимо было поощрять всеми мерами изучение главных предметов русского и латинского языков, также математики и исторических наук и «побочных» – французского и немецкого. Но нельзя было в Литве польский язык исключить из числа учебных предметов, а нужно было заставлять учителей сводить его грамматические правила со славянскими и русскими. Таким образом, по мнению Григория Ивановича, можно было извлечь ещё пользу из преподавания данной отрасли славянского языка.

По выс. ут. 3 января 1834 г. штату БУО учителям польского языка назначалось жалованье в гимназиях наравне с младшими учителями по 300 руб., в уездных

училищах для мещан наравне с прочими учителями наук по 194 руб. сер., а в уездных училищах для дворян назначено было преподавание польского языка поручить одному из учителей менее занятому своей должностью, с прибавкой за этот труд по 100 руб. сер. в год.

В 1833 г. и 1834 г. предполагалось исходатайствовать выс. соиз. на введение в заведениях Киевской, Волынской и Подольской губерний преподавание польского языка, наравне с французским и немецким, и учителям предоставить преимущества: в гимназиях равное с младшими учителями, а в уездных училищах равное с прочими учителями наук, с производством им жалованья, по Киевской губернии из Государственного казначейства, а по Волынской и Подольской из хозяйственных училищных или пожертвованных почётными попечителями сумм, а за недостатком их из общего Эдукационного фундуша. Но предположение это не состоялось.

В 1838 г., по случаю возраставшей потребности в образовании юношества Западного края и умножения числа училищ, были составлены и выс. ут. с 1 января 1839 г. новые штаты ВУО. Министр в записке в Государственный совет, между прочим, изложил, что в штатах были допущены только следующие изменения: исключены во всех гимназиях и уездных училищах учители польского языка, оклады которых составили бы в сложности 4 140 руб. сер., что по составленному штату 1839 г. исчислено было в 1222 380 руб., по штату же 1834 г. и дополнительным постановлениям отпускалось на учебные заведения 103 160 руб., а следовательно в добавок потребовалось 19 220 руб. сер. в год.

20 октября 1843 г. был выс. ут. новый штат учебных заведений Виленской, Ковенской, Гродненской и Минской губерний, применённый к новому составу губерний. Поэтому штату учителей польского языка не полагалось. Часть необходимой по штату суммы отпускалось из доходов с имений упразднённых р.-к. монастырей, а прочие по штату расходы удовлетворялись из суммы 185 000 руб., отпускаемых ежегодно из ГК в замен доходов с общего Эдукационного фундуша и ассигнуемых в дополнение к ней 15 000 руб. сер. в год из общих государственных доходов [24, л. 24 об. – 27 об.].

С упразднением в 1832 г. р.-к. монастырей, принадлежавшие им недвижимые имения поступили в казну с тем, чтобы доходы с них были обращены на богоугодные заведения и в особенности на учреждение приходских училищ, которые до того содержались при указанных монастырях, но как, с одной стороны, оказалось, что при многих из упразднённых монастырей находились не одни приходские, но и высшие учебные заведения, а, с другой стороны, нужные расходы на учреждение светских учебных заведений в замен тех, которые содержались сословиями упразднённых монастырей, не могли быть заимствованы из общего училищного фундуша, по крайнему истощению, то по всеподданнейшему докладу м. н. п. и м. в. д. 20 ноября 1832 г. высочайше было повелено доходы с упразднённых р.-к. монастырей употреблять на содержание не только приходских, но и высшего разряда училищ. Кроме отпускаемой из доходов суммы с имений упразднённых р.-к. монастырей, учебные заведения ВУО, как отмечено выше, а также Волынской, Подольской и частью Киевской губерний, содержались из 200 000 руб., отпускаемых ежегодно в замен доходов с общего Эдукационного фундуша.

Из источников, предоставленных МНП на содержание учебных заведений, по сметам ассигновалось:

1) из 200 000 руб. Эдукационного фундуша на содержание всех учебных заведений КУО – 57 101 руб. 49 коп., ВУО – 121 598 руб. 80 коп., на обсерваторию в г. Вильно – 2 362 руб., на пенсии из Эдукационного фундуша разным лицам (расход этот мог постепенно, но незначительно, уменьшаться за выбытием пенсионеров) – 11 268 руб. 24 коп., а всего – 192 330 руб. 53 коп. На чрезвычайные издержки оставалось 7 669 руб. 47 коп. Из этого остатка, например, осуществлялся расход на содержание чиновника особых поручений при попечителе ВУО – 500 руб.;

2) из по-монастырских доходов на содержание учебных заведений округов ассигновалось: КУО – 29 220 руб. 75 коп., ВУО – 34 537 руб. 93 коп., СПУО – 1 102 руб. 66 коп., а всего – 64 861 руб. 34 коп. сер.

И, кроме того, по особым отношениям с Министерством финансов отпускались суммы из монастырских доходов в добавок к штатному содержанию приходских училищ на наём домов, а также на прогоны смотрителям приходских училищ ВУО и на др. предметы для учебных заведений ВУИ и КУО. Доходы с этих имений, по причине не окончания люстрации, ещё не были приведены в известность.

Выс. ут. 29 декабря 1839 г. мнением Государственного совета, было постановлено, чтобы имения упразднённых некомплектных р.-к. монастырей обратить в общую массу государственных имуществ. Для определения дохода, который могли приносить эти имения, указывалось произвести им люстрацию и определённый по ней чистый доход производить в полном количестве из сумм ГК, тем местам и установлениям, которые им до того времени пользовались, а доход действительно получаемый с этих имений обращать в ГК, без всяких с теми местами и установлениями его расчётов в возвышении или уменьшении. Эту меру надлежало привести в исполнение по взаимному согласию МГИ, МФ, МВД и МНП.

Вследствие чего МНП находилось в переписке об определении той суммы, которая из этих доходов должна была постоянно отпускаться МНП. Сведения о доходах были сосредоточены в Виленской казённой палате. Доходы эти оказались недостаточными к покрытию отнесённых на них расходов, и в следствие чего издержаны были все имевшиеся в остатке деньги за прежнее время. Кроме того, в 1852 г. было отпущено из ГК на счёт возврата из доходов с указанных имений до 115 000 руб. сер.

Из отзывов МГИ, причиной упадка доходов заключалась в отмене и уменьшении крестьянских повинностей при введении оброчной системы управления, согласно особо изъяснённой высочайшей воле. Независимо от этого из некоторых имений удобные земли и угодья с полным от них доходом поступили в надел монастырям, архиерейским домам и сельскому приходскому духовенству, без всякого для казны возмездия. Некоторые незначительные имения по люстрации совершенно утратили отдельное своё значение, будучи соединены с другими казёнными имениями.

МВД нашло возможным обратить в пользу училищного ведомства всю сумму, какая могла бы следовать МВД для богоугодных заведений из доходов с помонастырских имений, если на это испрошено будет высочайшее согласие, за исключением ежегодно производимых из этого источника на содержание помонастырских церквей 10 064 руб. сер., а также издержек казённого управления и др. возможных законных притязаний.

К 1 января 1852 г. из по-монастырских доходов оставалось за расходами только 714 руб. 32 коп., а между тем числилось к возврату в суммы ГК за произведённые им на счёт тех же расходов заимообразные выдачи до 79 000 руб. сер. и сверх того отпущено было на счёт возврата из тех доходов в исходе 1851 г. ещё 35 514 руб.

сер., с которыми и составился к 1852 г. долг на доходах с по-монастырских имений в 114 395 руб. 33¼ коп. сер. Доходов же с по-монастырских имений поступило: в 1849 г. – 63 255 руб. сер., в 1850 г. – 62 082 руб. сер., в 1851 г. – 67 000 руб. сер. От 1850 г. оставалось в наличности 1 562 руб. 75 коп. В 1851 г. по-монастырских доходов было: в приходе – 84 205 руб. 40 коп., в расходе – 85 054 руб. 82 коп., в остатке к 1852 г. – 713 руб. 32 коп. В 1852 г. по-монастырских доходов было: в приходе – 57 404 руб. 37 коп., в расходе – 56 923 руб. 12 коп., в остатке к 1853 г. – 1194 руб. 58 коп. [1, л. 28–30].

По состоянию на 20 апреля 1857 г. в ВУО находился 1 дворянский институт, 7 гимназий, 3 четырёхклассных отделений гимназий, 19 дворянских уездных училищ, приходские училища; учащихся в институте и гимназиях – 2 493 и в уездных училищах – 1 962 [1, л. 32].

Вследствие представления попечителя ВУО барона Е.П. Врангеля, от 16 марта 1857 г., м. н. п. А.С. Норов 26 апреля 1857 г. за № 3649 разрешил преподавание польского языка в учебных заведениях ВУО ввести только в Виленском дворянском институте, в гимназиях, в отделениях гимназий и в дворянских уездных училищах, но не в приходских, а также на преподавание польского языка назначить от одного до двух часов в неделю, в каждом классе, предмет преподавать для желающих в объёме иностранных новейших языков, т. е. одно грамматическое изучение языка, не касаясь литературы. А.С. Норов утвердил также приложенную к представлению программу преподавания польского языка в гимназиях и распределение преподавания этого предмета по классам гимназий, а также одобрено было предположение попечителя о составлении при Виленском дворянском институте комитета для производства испытаний лицам, желавшим занять места учителей польского языка и выбора руководств и книг для чтения, при преподавании польского языка. Что касалось до предположений об определении особых учителей польского языка и преподавании его в 4-х классных отделениях Гродненской и Белостокской гимназий, то предварительно разрешения этих обстоятельств, м. н. п. А.С. Норов счёл нужным обратить внимание попечителя ВУО на ряд замечаний.

При обозрении в 1856 г. А.С. Норовым Гродненской гимназии, он лично убедился, что 4-х классное отделение этой гимназии оказалось совершенно бесполезным заведением, как по числу учащихся, так и отсутствии затруднений в переводе учеников в соответствующие классы. По тем же уважениям управлявший ВУО тайный советник Э.А. Грубер находил возможным закрыть и 4-х классное отделение при Белостокской гимназии. Распоряжение о закрытии 4-х классного отделения Гродненской гимназии увязывалось с перераспределением средств на открытие при Виленской гимназии реальных классов. Что же касалось до закрытия 4-х классного отделения Белостокской гимназии, то министр попросил об этом мнения попечителя ВУО.

Как расход на жалованье учителям польского языка не мог быть отнесён на средства учебных заведений, а МНП также не имело свободной суммы к покрытию данного расхода, то он должен быть обращён на ГК, которое, однако, также затруднялось принимать на себя даже и незначительные расходы. Имея это в виду, а также довольно значительное количество учителей в гимназиях и дворянских уездных училищах ВУО, знающих польский язык, министр предложил всё это на соображение попечителя ВУО с тем, чтобы найти возможность, не определяя особых учителей, поручить преподавать польский язык наличным учителям, как это было допускаемо и прежде, с производством за этот сторонний труд в Ви-

ленском Дворянском институте и в гимназиях до 200 руб., а в училищах и в 4-х классных отделениях Виленской гимназии до 150 руб. сер. в год. А для большего удостоверения в знании этими учителями польского языка можно было подвергать их, предварительно допущения к преподаванию, испытанию в особом комитете при Виленском дворянском институте [1, л. 33–35 об.].

По поводу возникшей в МГИ переписке о допущении в подведомственных ему сельских приходских училищах Литовских губерний преподавания польского и самогитского языков, в отзыве от 15 мая 1857 г. было отмечено лишь о преподавании польского языка по ВУО в гимназиях и дворянских уездных училищах, о приходских же ничего не упоминалось. Находя, что сведения о преподавании польского и самогитского языков в приходских училищах нужны для разрешения возникшего вопроса о преподавании их в таких же училищах ведомства МГИ, м. г. и. генерал от инфантерии Михаил Николаевич Муравьёв 25 мая 1857 г. за № 528 просил м. н. п. доставить необходимые сведения [1, л. 37–37 об.].

На отношение Департамента народного просвещения от 29 июля 1857 г. за № 6929 Департамент государственного казначейства вместе с тем предписал 10 августа 1857 г. за № 11873 ГК об отпуске под расписку казначея ДГК титулярного советника Башилова 7 669 руб. 47 коп., оставленных на покрытие непредвиденных в 1857 г. издержек по КУО и ВОУ из 200 000 руб.. определённых по государственной росписи, в замен доходов с Эдукационного фундуша в Западных губерниях. 22 августа 1857 г. за № 4699 МНП распорядилось отпустить всю сумму в ведение попечителя ВУО: 4 750 руб. на вознаграждение преподавателей польского языка в учебных заведениях ВУО, 245 руб. на жалованье чиновнику особых поручений при попечителе ВУО. Остальные средства надлежало хранить в казначействе ДНП с тем, чтобы та часть оных, которая к исходу 1857 г. останется неизрасходованной, была обращена в сумму процентов с общего экономического капитала учебных гражданских заведений. 9 октября 1857 г. было дано согласие МНП отпустить в распоряжение помощника попечителя ВУО 500 руб. сер. на покрытие путевых издержек учителей ВУО, призываемых в г. Вильно, для удостоверения в знании ими польского языка [1, л. 41, 44–45 об., 58].

Вследствие записки попечителя ВУО барона Е.П. Врангеля, от 10 октября 1857 г., м. н. п. А.С. Норов 18 октября 1857 г. сообщил ему, что распоряжение о поручении преподавания польского языка в гимназиях и дворянских уездных училищах ВУО следовало считать временной мерой, а при первой возможности преподавание польского языка будет возложено на особых учителей, с правами и жалованьем учителей новейших иностранных языков. Преподавание польского языка, при невозможности возложения его на кого-либо из наличных штатных учителей, могло быть поручено посторонним лицам, выдержавшим надлежащее испытание в комитете, учреждённом на этот предмет при Виленском дворянском институте, с производством им, в виде платы, того вознаграждения, которое назначено было штатным учителям [1, л. 62–62 об.].

Учреждённый на основании предложения м. н. п. А.С. Норова, от 26 апреля 1857 г. за № 3640, при Виленском дворянском институте комитет для испытания лиц на звание учителей польского языка и выбора руководств и книг для чтения при преподавании данного языка, препроводил к помощнику попечителя ВУО составленную членами комитета программу, для испытания лиц на звание учителей польского языка и вместе с тем сообщил, что комитет предположил ввести на время для руководства при преподавании в учебных заведениях ВУО польского языка грамматику Сероцинского и хрестоматию Лышковского в 3-х частях, упо-

требляемых в ВарУО. Вследствие чего 30 октября 1857 г. помощник попечителя ВУО обратился в МНП за утверждением как самой программы, так и о введении на время в употребление при преподавании в учебных заведениях местного края польского языка грамматики Сороцинского и хрестоматии Лышковского [1, л. 65–65 об.].

Так как со включением учителей польского языка в штат и с уравнением их жалованья с жалованьем с прочими учителями мера по испытанию лиц в комитете при Виленском дворянском институте оказалась недостаточной, попечитель ВУО барон Е.П. Врангель счёл необходимым назначать на эти места таких людей, которые бы выдержали испытание на звание учителей польского языка в одном из заведений ВарУО, где все предметы преподавались на польском языке и где это испытание могло быть подвергнуто контролю высшего учебного заведения. А потому Егор Петрович 13 июня 1859 г. за № 1834 попросил А.С. Норова признать возможным сделать распоряжение по ВарУО о допущении в нём испытаний на звание учителей польского языка лиц, желавших занять эти места в заведениях ВУО, а также разрешить ему определять выдержавших это испытание лиц в гимназиях и параллельных их отделениях, со всеми правами учителей прочих иностранных языков, предоставленным выс. ут. штатом, а служащим учителями польского языка, которые выдержали испытание в Виленском дворянском институте и выдержат вторичное испытание в ВарУО разрешить зачислить и время прошедшей службы в этих должностях в действительную, со времени утверждения новых штатов, т. е. с 17 апреля 1859 г.

Сообразно этому, помощник попечителя ВУО князь Александр Прохорович Ширинский-Шихматов сделал надлежащее распоряжение о прекращении действий комитета при Виленском дворянском институте для испытания учителей польского языка и предложил директорам дворянского института и гимназий ВУО уволить от преподавания польского языка преподававших по найму, с удовлетворением их жалованием по старому окладу до 1 июля 1859 г., для занятия же вновь открывшихся штатных мест учителей польского языка, помощник попечителя ВУО предоставил директорам представить кандидатов из лиц, выдержавших испытание на это звание или в ВарУО, или снабжённых свидетельствами на право преподавания польского языка из комитета при Виленском дворянском институте, державших испытания до закрытия его действий, но с непременным условием, дабы избранный кандидат получил университетское или гимназическое образование, или изъявил бы готовность выдержать специальное испытание по общим только предметам, требуемое от учителей новейших иностранных языков.

Так как суммы, назначенные новым штатом, не были отпущены, то помощник попечителя ВУО князь А.П. Ширинский-Шихматов при утверждении в службе представляемых директорами кандидатов на должность штатных учителей польского языка, встречал затруднение, с которого именно числа следует начать производить этим лицам жалованье по новому штату. Вследствие чего А.П. Ширинский-Шихматов 27 июня 1859 г. просил ДНП об уведомлении его, с какого именно числа будет ассигновано жалованье для учителей польского языка из сумм ГК, т. к. без этого сведения он затруднялся утверждать в службе избранные на эти места лица [1, л. 71–74 об.].

На удовлетворение жалованьем лиц, преподававших польский язык с 1 января по 1 июля 1859 г. в гимназиях ВУО, по найму, было употреблено из суммы сбора за учение 1 150 руб. сер. принимая во внимание значительные расходы, падавшие на этот источник, как-то удовлетворение чиновников квартирными деньгами, вы-

дачу пособий и наград, приобретение зоологических кабинетов для гимназий, и некоторые другие, и имея в виду, что в гимназиях ВУО, по случаю ассигнования сумм на жалованье учителям польского языка по новым штатам, со времени утверждения этих штатов, т. е. с 17 апреля 1859 г. до времени замещения этих должностей впредь штатными учителями, образуется значительный остаток, А.П. Ширинский-Шихматов 29 июля 1859 г. просил м. н. п. Евграфа Петровича Ковалевского разрешения возвратить из этого остатка в сумму сбора за учение употреблённые из этой суммы на жалованье преподавателям польского языка, за время с 1 января по 1 июля 1859 г., всего 1 150 руб. [1, л. 80–80 об.].

Вследствие предписания м. н. п. Е.П. Ковалевского, от 10 июля 1859 г. за № 5078, попечитель ВарУО Павел Александрович Муханов 31 июля/12 августа 1859 г. предписал председательствовавшему в Варшавском экзаменационном комитете допускать к испытанию в этом комитете лиц, желавших занять места учителей польского языка в учебных заведениях ВУО и по выдержании ими такового испытания выдавать соответственные свидетельства [1, л. 86].

Ещё в 1857 г. при посредничестве попечителя ВУО барона Е.П. Врангеля коллежский асессор Каминский представлял м. н. п. А.С. Норову грамматику польского языка, сочинённую им и одобренную Санкт-Петербургским цензурным комитетом, впоследствии напечатанную, на как грамматика эта на практике оказалась обширной, то он, сократив две первые части и представив министру, в рукописи, с экземпляром напечатанной грамматики, просил её рассмотреть и, по одобрении, ввести в руководство по учебным заведениям.

Грамматика польского языка, сочинения Каминского, не была представлена в МНП, как равно не была рассмотрена ни в Цензурном, ни в Учёном комитетах. По представленному же печатному экземпляру этой грамматики видно было, что она была одобрена к печати в Виленском цензурном комитете. М. н. п. А.С. Норовым, согласно представлению помощника попечителя ВУО, 14 ноября 1857 г. № 10269 было разрешено принять при преподавании польского языка в учебных заведениях ВУО в руководство грамматику Сероцинского и хрестоматию Лышковского. В указанных заведениях вообще были приняты в руководство для польского языка учебные книги, одобренные уже начальством и принятые в училищах ВарУО, как наиболее соответствующие объёму утверждённой программы преподавания данного языка в учебных заведениях ВУО. В связи с чем вице-директор ДНП А. Воролов 7 июня 1860 г. за № 3871 обратился к попечителю ВУО за соответствующим заключением.

По ближайшему рассмотрению грамматики Каминского, помощник попечителя ВУО князь А.П. Ширинский-Шихматов 14 августа 1860 г. за № 2600 сообщил в ДНП, что она не могла быть принята в руководство, как не имевшая тех достоинств, которых требовались от подобного рода сочинений. Изложение этого учебника было вообще неясное и не доступно детскому возрасту. Соответствующий отказ со стороны ДНП последовал 23 августа 1860 г. [1, л. 88–88 об., 90–91 об.].

Таким образом, политика Российской империи в отношении польского языка в образовании Северо-Западного края в 1830–1860-е гг. прошла путь от полного запрета (1837–1852) до строго регламентированного факультатива (1857). Основными факторами были: политическая неблагонадёжность – польский язык ассоциировался с мятежами и «вредными книгами»; религиозный фактор – для католиков он был языком катехизиса, поэтому полностью исключить его не удавалось, но всячески ограничивали; экономия средств – предпочтение отдавалось

наличным учителям с доплатой, а не созданию самостоятельных польских кафедр; игнорирование самогитского языка – он не был допущен в систему МНП, что свидетельствовало о приоритете русификации над учётом местных языков даже в ущерб образовательному процессу.

Для современной межкультурной коммуникации этот исторический пример демонстрирует, что языковая политика, лишённая гибкости и нацеленная исключительно на унификацию, порождает скрытое сопротивление и не решает задачи интеграции.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дело о введения преподавания польского языка в Виленском дворянском институте, гимназиях и уездных училищах (15 ноября 1856 г. – 23 августа 1860 г.) // РГИА. – Фонд 733. – Оп. 62. – Д. 1342. – 91 л.

LANGUAGE POLICY OF THE RUSSIAN EMPIRE IN THE NORTH-WESTERN REGION (1830–1860): THE STRUGGLE FOR THE "RUSSIAN CAUSE" AND THE STATUS OF THE POLISH LANGUAGE IN EDUCATION

A.I. Hanchar
Grodno State Agrarian University, Belarus, gancharandre1@yandex.ru

The article analyzes the process of displacement and subsequent partial restoration of the Polish language instruction in educational institutions of the Vilnius Educational District in the 1830s–1860s. It examines the reasons for the ban of 1837–1852, the mechanisms of replacing the Polish language with Russian, as well as the debate on the admissibility of the Polish language in rural parish schools. Special attention is paid to the reasoning of trustees (E. P. Wrangel, G. I. Kartashevsky) and ministers (S. S. Uvarov, A. S. Norov), as well as to economic aspects (financing from the Educational Fund and revenues from dissolved monasteries).

Keywords: education, Samogitia, Polish language, Vilnius Educational District, Roman Catholic confession, parish school, gymnasium.

УДК 811.512.162'373.2:39

THE LEXICOGRAPHIC REPRESENTATION OF THE CONCEPT “XEYIR” IN AZERBAIJANI LINGUOCULTURE

L. Heydarova
Sumgayit State University
Sumgayit, Azerbaijan, lamia.heydarova@gmail.com

The article examines the lexicographic representation of the Azerbaijani concept xeyir, which combines the meanings of benefit, good deed, blessing, successful beginning and socially approved value. The study is based on explanatory and phraseological dictionary data and interprets the dictionary definitions in the framework of cognitive and linguocultural linguistics. Special attention is given to the semantic microfields of material benefit, moral goodness, ritual-social practice, blessing and abundance. The analysis shows that xeyir is not limited to an abstract ethical category: in Azerbaijani linguoculture it functions as a complex value concept connected with family, social approval, good wishes, prosperity and the opposition *xeyir-sher*.

*Keywords***:** concept; *xeyir*; lexicography; Azerbaijani linguoculture; semantic field; value; good and evil.

In modern cognitive and linguocultural linguistics, the study of value concepts occupies an important place because such concepts reveal not only the lexical structure of a

language but also the cultural logic through which a speech community interprets reality. Moral categories are especially significant in this respect, since they organize human experience according to positive and negative evaluation. The Azerbaijani lexeme *xeyir* is one of the central verbal representatives of the positive evaluative sphere. It is used in everyday speech, in ethical reflection, in religious and cultural discourse, and in fixed expressions connected with family and social life. Therefore, the lexicographic description of *xeyir* may serve as a starting point for understanding the national-cultural content of the concept.

The relevance of the topic is determined by the fact that the meaning of *xeyir* cannot be reduced to one English equivalent, such as ‘good’ or ‘benefit’. In different contexts the word may denote practical usefulness, material gain, moral goodness, a good deed, blessing, a wedding-related event, approval of elders, or a fortunate beginning. This semantic complexity makes *xeyir* an important object for linguocultural analysis. A dictionary entry fixes the most stable meanings of a word, but it cannot fully reflect all cultural associations that exist in the consciousness of native speakers. For this reason, lexicographic data should be interpreted not as the final description of the concept, but as the basis for identifying its nominative field and semantic nucleus.

The aim of this article is to define the main lexicographic characteristics of the concept *xeyir* in Azerbaijani linguoculture. The tasks of the study are: to clarify the role of dictionary meaning in concept analysis; to identify the basic meanings of the lexeme *xeyir*; to describe the main lexical and phraseological units that represent this concept; and to determine the principal microfields formed around *xeyir* in Azerbaijani. The material of the research consists of dictionary definitions and phraseological units registered in Azerbaijani lexicographic sources. The methods used in the article include definitional analysis, componential analysis, contextual interpretation and linguocultural commentary.

The theoretical basis of the research rests on the distinction between word meaning and concept. In linguistic literature, a word is commonly treated as a verbal sign that activates a concept in the consciousness of speakers. However, the concept itself is broader than the lexical meaning of the word that names it. A. Wierzbicka emphasizes that it is often difficult to find another word that expresses exactly the same meaning as the word registered in a dictionary [1, p. 263]. This observation is especially important for intercultural studies, because different languages may lexicalize and structure similar fragments of experience in different ways. Thus, the Azerbaijani word *xeyir* and the English word good overlap in some contexts, but they do not coincide completely.

Z.D. Popova and I.A. Sternin also distinguish between semantic and cognitive levels of description. In their view, word meaning belongs to the sphere of semantic analysis, whereas the concept belongs to the sphere of cognitive linguistics and includes both verbalized and non-verbalized images of reality [2, pp. 91-92]. Consequently, a lexicographic definition reflects only the most generalized and socially established part of the concept. It records what is necessary for recognition and communication, but it does not always include peripheral, associative, emotional or cultural components. This distinction is important for the analysis of *xeyir*, since the dictionary meaning of the word is relatively compact, while its real cultural functioning is much wider.

The problem becomes clearer if we take into account the idea of lexicographic reduction. I.A. Sternin notes that dictionary definitions are created according to the principle of reduction: a lexicographer selects a limited set of semantic features in order to give a concise and practically useful explanation [3, pp. 290-291]. Such a definition is not false, but it is incomplete from the point of view of linguistic consciousness. The psy-

chological real meaning of a word may include many additional components that appear in typical contexts, metaphors, comparisons, texts, proverbs and phraseological combinations. Therefore, when the concept *xeyir* is analyzed, dictionary material must be supplemented by the study of stable collocations and cultural usage.

In the Explanatory Dictionary of the Azerbaijani Language, *xeyir* is marked as a noun of Arabic origin and is defined through such meanings as 'benefit', 'profit', 'gain' and 'goodness; good deed' [4]. These definitions show that the semantic structure of the lexeme is organized around two main directions. The first direction is practical and utilitarian: *xeyir* refers to a useful result, material advantage, profit or positive effect. The second direction is moral and ethical: *xeyir* denotes goodness, a positive action, benevolent intention and socially approved behaviour. These two directions are not isolated from each other. In Azerbaijani usage, a practically useful result is often evaluated positively, while a morally good action is also understood as socially beneficial.

The practical-beneficial component is realized in a large number of fixed word combinations. The expressions *xeyir görmək* 'to benefit; to gain profit', *xeyir götürmək* 'to receive benefit', *xeyir vermək* 'to be useful; to bring benefit', *xeyri dəymək* 'to be of use' and *xeyri olmaq* 'to be beneficial' belong to this semantic field. In these units, *xeyir* is closely connected with the ideas of result, usefulness, gain and effect. The subject receives a positive outcome from an action, object, relation or situation. This group of expressions shows that the concept has a strong pragmatic basis. It is not only an abstract moral value, but also a way of naming useful and productive consequences in everyday life.

The opposite of this microfield is represented by negative or limiting expressions, such as *xeyri yox* 'it is useless', *xeyri qalmamaq* 'to be no longer useful' and *xeyir gətirməmək* 'not to bring benefit'. These combinations demonstrate that *xeyir* participates in an evaluative scale where useful and useless, beneficial and harmful, productive and unproductive meanings are contrasted. The lexeme therefore functions as a marker of positive result. If an action has no *xeyir*, it is evaluated as ineffective or even undesirable. This pragmatic evaluation is very important in colloquial Azerbaijani, where the usefulness of an action or decision is often expressed through the presence or absence of *xeyir*.

The second central direction is the moral-ethical component. In this field, *xeyir* means 'goodness', 'good deed' and 'benevolent action'. The expressions *xeyir etmək* 'to do good', *xeyir iş görmək* 'to do a good work' and *xeyirxahlıq etmək* 'to show benevolence' represent the ethical aspect of the concept. Unlike the practical field, where the focus is placed on a useful result, the moral field emphasizes intention, human attitude and social value. A person who does *xeyir* is not simply useful; he or she is evaluated as morally positive. Thus, *xeyir* becomes a category of character and interpersonal relations.

The derivative *xeyirxah* is especially significant in this respect. The word is formed from *xeyir* and the Persian element -xah, which is connected with the meaning 'wanting' or 'wishing'. Its internal form can be interpreted as 'one who wishes good'. The Explanatory Dictionary defines *xeyirxah* as a person who wishes good to others, helps others and acts kindly [4]. This definition shifts the concept from the sphere of action to the sphere of personality. In the expression *xeyirxah adam* 'a benevolent person', *xeyir* is no longer an event or an outcome, but a moral quality. The concept thus answers not only the question "what is good?" but also the question "what kind of person is good?"

Another important adjective is *xeyirli*. In lexicographic description, *xeyirli* is defined as 'beneficial', 'profitable', 'favourable', 'useful', 'good for health', and also 'abundant;

blessed' [4]. This range of meanings reveals the expansion of the concept into different spheres of experience. A job may be *xeyirli* if it brings useful results; medicine may be *xeyirli* if it helps health; soil or harvest may be *xeyirli* if it is associated with abundance; a decision may be *xeyirli* if it opens a good path. The semantic components of usefulness, favourable condition, health, prosperity and blessing are combined in this adjective. Therefore, *xeyirli* is one of the main indicators of the multidimensional nature of the concept.

A specifically Azerbaijani cultural feature of *xeyir* appears in the expression *xeyir iş*. Literally, this combination may be translated as 'good work' or 'good deed'. However, in everyday Azerbaijani communication it often acquires a more concrete cultural meaning and refers to a joyful family event, especially engagement, wedding or marriage. Expressions such as *xeyir iş olsun* 'may it be a good/fortunate event', *xeyir işə gedirik* 'we are going to a joyful family occasion' and *xeyir işiniz mübarək* 'congratulations on your happy occasion' show that *xeyir* is linked with the social sphere of family, kinship and collective joy. In this context, *xeyir* is not only moral goodness but also a culturally approved transition to a new stage of life.

This ritual-social meaning becomes even clearer in the binomial *xeyir-sher* 'good and evil; joy and grief; wedding and mourning affairs'. Azerbaijani culture often interprets social life through the opposition of *xeyir* and *sher*. In ordinary moral discourse the opposition corresponds to good and evil, but in traditional social practice it may also denote joyful and sorrowful ceremonies. Thus, *xeyir* can be associated with wedding, engagement and celebration, whereas *sher* is linked with mourning and grief. This semantic development demonstrates that the concept has entered the sphere of social rituals. It organizes not only abstract evaluation, but also the cultural classification of communal events.

The unit *xeyir-dua* represents another essential part of the concept's lexicographic and cultural structure. In the explanatory dictionary, *xeyir-dua* is described as a wish for happiness, success and good fortune [4]. In phraseological usage, *xeyir-dua vermək* means 'to bless; to wish happiness and success', and in some contexts it is also connected with giving moral permission or approval [5]. This expression shows that *xeyir* may be realized not only as an action or result, but also as a word, wish and spiritual support. In Azerbaijani family culture, the *xeyir-dua* of parents or elders has a special symbolic value. It expresses approval, moral consent, goodwill and hope for a successful future.

The cultural importance of *xeyir-dua* allows us to distinguish a sacral-spiritual microfield within the concept. This microfield includes blessing, good wish, prayer, approval and moral legitimacy. Unlike the practical field, where *xeyir* is measured by usefulness, and unlike the moral field, where it is measured by human goodness, the *xeyir-dua* field is connected with the power of words and intentions. A good beginning is expected to be strengthened by blessing. In this sense, *xeyir* is not only what a person obtains, but also what is wished for him or her by the community. The concept therefore connects language, belief, social hierarchy and family ethics.

The semantic relation between *xeyir* and *bərəkət* 'abundance; blessing' is also noteworthy. Although these words are not identical, they often belong to the same evaluative environment. The expression *xeyir-bərəkət* combines the idea of useful good with the idea of abundance and prosperity. It can be used when speaking about household welfare, harvest, livelihood, income or a generally blessed situation. Here *xeyir* moves beyond individual benefit and becomes a sign of collective well-being. The combination of *xeyir* and *bərəkət* shows that the Azerbaijani linguistic worldview evaluates prosperity not only in economic but also in moral and symbolic terms.

From the point of view of field structure, the lexicographic data allow us to distinguish several microfields within the conceptosphere of *xeyir*. The first is the field of benefit and profit: *xeyir görmək*, *xeyir götürmək*, *xeyir vermək*, *xeyri dəymək*. The second is the field of morality and benevolence: *xeyir etmək*, *xeyirxah*, *xeyirxahlıq*. The third is the field of family and ritual life: *xeyir iş*, *xeyir-sher*, *toy* 'wedding', *nişan* 'engagement'. The fourth is the field of blessing and good wishes: *xeyir-dua*, *xeyir-dua vermək*. The fifth is the field of abundance and prosperity: *xeyir-bərəkət*, *xeyirli*, *bərəkətli*. These microfields are connected by a common positive evaluative nucleus, but each of them activates a different cultural aspect.

The analysis also shows that *xeyir* is a relational concept. It is usually understood in relation to an opposite: *xeyir* versus *ziyan* 'harm; loss', *xeyir* versus *sher* 'evil; misfortune', *xeyirli* versus *faydasız* 'useless', and *xeyir iş* versus *yas* 'mourning'. Such oppositions make the evaluative function of the concept visible. Xeyir marks the positive pole of the scale, but the exact nature of this positivity depends on the context. In one situation it means usefulness; in another, moral goodness; in another, joyful ceremony; in another, blessing or prosperity. This flexibility explains why the concept remains active in different communicative spheres.

It is important to stress that the English word good cannot fully transmit the semantic and cultural range of *xeyir*. In translation, *xeyir* may correspond to good, benefit, profit, blessing, welfare, kindness or favourable event. Each equivalent reflects only one side of the Azerbaijani concept. For example, *xeyir vermək* is closer to 'to be useful' or 'to bring benefit'; *xeyir-dua vermək* corresponds to 'to give a blessing'; *xeyir iş* refers to a happy family ceremony; *xeyirxah* means 'benevolent'. This variability confirms the theoretical idea that one lexical unit in a language may contain culturally specific associations that are not directly lexicalized in another language.

Consequently, lexicographic analysis is both necessary and limited. It is necessary because dictionary entries identify the semantic nucleus of the lexeme and provide reliable evidence for its stable meanings. At the same time, it is limited because the dictionary cannot fully describe the cultural scenarios in which the word functions. The concept *xeyir* is especially illustrative in this regard. Its dictionary definitions emphasize benefit, gain and good deed, but its phraseological environment reveals broader associations with wedding, blessing, family approval, abundance and the moral structure of social life. This confirms that the study of a linguocultural concept should combine definitional, phraseological and contextual analysis.

In conclusion, the main lexicographic characteristic of the concept *xeyir* is its semantic multidimensionality. The word has a stable nucleus formed by the meanings 'benefit', 'profit', 'gain', 'goodness' and 'good deed'. Around this nucleus, Azerbaijani develops a rich conceptosphere that includes practical usefulness, moral value, benevolent personality, social ceremony, blessing, approval, prosperity and abundance. The concept functions as one of the key positive markers in Azerbaijani linguistic consciousness. It reflects how the speech community connects practical result with moral evaluation, individual action with collective life, and everyday usefulness with spiritual and cultural values.

Thus, *xeyir* should be regarded not merely as a lexical equivalent of 'good', but as a complex linguocultural concept. It stands against *sher* and *ziyan*, but it also creates its own positive semantic space through expressions connected with family, happiness, blessing and prosperity. The lexicographic representation of *xeyir* therefore provides valuable evidence for the Azerbaijani value system and for the national way of conceptualizing positive reality. Further research may examine the concept in proverbs, literary

texts and spoken discourse in order to reconstruct its peripheral and associative zones more completely.

BIBLIOGRAPHICAL REFERENCES

1. Wierzbicka, A. Semantic Universals and the Description of Languages / A. Wierzbicka ; translated from English by A.D. Shmeleva ; edited by T.V. Bulygina. Moscow : Yazyki russkoy kultury, 1999. 780 p.
2. Popova, Z.D. Cognitive Linguistics / Z.D. Popova, I.A. Sternin. Moscow : AST : Vostok-Zapad, 2007. 314 p.
3. Sternin, I.A. Meaning in linguistic consciousness: specificity of description / I.A. Sternin // Speech Activity. Linguistic Consciousness. Communicating Personalities : XV International Symposium on Psycholinguistics and Communication Theory : abstracts of reports, Moscow, May 30 - June 2, 2006 / ed. E.F. Tarasov. Kaluga : Eidos, 2006. P. 290-292.
4. Azərbaycan dilinin izahlı lüğəti : dörd cilddə / red. A. Axundov. Bakı : Şərq-Qərb, 2006.
5. Məhərrəmli, Q. Azərbaycan dilinin frazeoloji lüğəti / Q. Məhərrəmli, R. İsmayılov. Bakı : Altun kitab, 2015. 288 s.

ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «XEYIR» В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

Л. Гейдарова
Сумгаитский государственный университет
Азербайджан, lamia.heydarova@gmail.com

В статье рассматриваются основные лексикографические характеристики концепта «xeyir» в азербайджанской лингвокультуре. На основе словарных дефиниций и устойчивых словосочетаний выделяются микрополя пользы, нравственного добра, обрядово-социального значения, благословения и изобилия. Делается вывод, что «xeyir» функционирует как этическая категория и как важный элемент национальной картины мира.

Ключевые слова: концепт; концептосфера; xeyir; азербайджанский язык; лексикография; лингвокультура; национальная картина мира.

УДК 81'42:81'37

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПТА «ВЛАСТЬ» В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Рена Гусейнага кызы Гусейнова
Азербайджанский медицинский университет
Баку, Азербайджан, lingui80@mail.ru

В статье анализируется концепт «власть» на основе языкового материала в русского и английского языков. В исследовании использовано описательно-сравнительный и типологически-сравнительный методы лингвистики. Данный концепт составляет базу политико-социальных понятий. По данной причине в русском и английском языке наблюдаются общие и эквивалентные лексические элементы в периферии концепта «власть». В статье также отмечается разновидность лексического состава концепта «власть» в русском и «power» в английском языке.

Ключевые слова: концепт; периферия; власть; лексические элементы; сопоставительный анализ.

Концепт «власть» относится к числу базовых политико-социальных понятий и является важным фрагментом языковой картины мира. Сопоставление его содер-

жания в русском и английском языках позволяет выявить как универсальные черты, так и национально-специфические особенности этого концепта en.nbpublish.com. В рамках сравнительной лингвистики подобный анализ раскрывает, какие значения и ассоциации связываются с властью носителями разных языков и культур. Ниже рассматриваются этимология и лексические значения основных эквивалентов понятия «власть» в русском и английском (включая *power*, *authority*, *control*), когнитивная структура концепта (его ядро и периферия, ассоциативные поля), типичные метафорические модели, а также различия в культурно-языковом восприятии власти. Приводятся примеры из медийного и политического дискурса для иллюстрации изложенных положений.

Культурный и лингвистический окрас данного концепта рассматривается в небольшой главе книги Е. И. Шейгала «Семиотика политического дискурса». Он пишет: «Концепт как ментальная репрезентация культурно значимого явления в массовом сознании закрепляется в лексикографических интерпретациях имени концепта (содержательный минимум концепта), в его синонимических связях, образных переосмыслениях, ассоциативных реакциях, сочетаемости, паремиологии и прецедентных текстах и высказываниях» [Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М., 2004. С. 70.]. С этой точки зрения надо отметить, что исследование концепта «власть» предполагает не только анализ его словарного значения, но и рассмотрение культурных, исторических и коммуникативных особенностей употребления.

Слово **‘**власть**’** в русском языке унаследовано из старославянского (полногласная форма *волость*), где изначально означало ‘область, территория’. Уже в Древней Руси (X–XII вв.) развиваются три основных значения: (1) ‘господство, правление, владычество’ – самое древнее значение; (2) ‘духовные и гражданские лица, облеченные властью’, т.е. носители власти; (3) ‘удел или княжество под одной верховной властью’ (собственно *волость* как административная единица). В XVIII веке появляется новое значение – ‘право управления государством, политическое господство’, связанное с оформлением понятий государства и общества. Постепенно значение ‘территория’ выходит из употребления, а понятие *власть* концентрируется на идеях правления и управления.

Слово *власть* является многозначным и со временем его семантическая структура расширяется, при этом усиливается роль отрицательных оценочных компонентов. «Первоначально нейтральные значения, связанные с подчинением и управлением, постепенно приобретают негативный оттенок, связанный с зависимостью, принуждением и превышением полномочий» [2, с. 130]. Однако отрицательное значение слова *власть* ещё не закрепилось окончательно в словарях и чаще всего проявляется в контексте публицистических текстов. В толковом словаре русского языка С. И. Ожегова даёт следующее определение о слове *власть*: ‘Право и возможность распоряжаться кем-чем-н., подчинять своей воле’ [3, с. 90].

В целом современные толковые словари выделяют пять основных значений лексемы *власть*: 1) возможность повелевать, распоряжаться действиями или поведением других (*в моей власти сделать X*); 2) могущественное влияние, непреодолимая сила (*власть денег* – т.е. влияние денег); 3) форма государственного правления (*монархическая власть*); 4) право и возможность управления государством (*президентская власть*); 5) органы государственного или местного управления (*законодательная власть* как институт). Данное слово в русском языке может обозначать и саму способность подчинять, и личную силу, и тип правления, и право управлять, и самих носителей управленческих функций. Т.В.Маркелова от-

мечает, что «слово “власть” и его производные в нейтральных контекстах употребляются, как правило, в “качественной” и деловой прессе. Они часто выполняют номинативную функцию, обозначая органы управления страной и реализуя значения “лица, облечённые властью” и “структура государственного управления”: власти, вертикаль власти, органы власти, уровни власти, ветвь власти» [2, с. 130]. Нельзя утверждать, что семантика слова «власть» полностью изменилась. Оно по-прежнему нередко употребляется в нейтральных и положительных контекстах.

О.В.Котлярова предполагает, что «концепт власть начинает менять не только периферийные характеристики, но и ядерную составляющую, что свидетельствует о глубинных ментальных изменениях» [4, с. 88].

Слово *power* в английском языке, «появляющееся в среднеанглийский период в 1440 г. после Нормандского завоевания, заимствовано из французского языка и происходит от глагола *pouvoir*, которое в свою очередь произошло от латинских слов *potestas* и *potencia*, имеющие значение способность и берущие начало от глагола potere - быть способным сделать что-то. Для римлян potencia - это возможность или способность человека или вещи воздействовать на другого человека или вещь» [5, с. 104]. Другой источник утверждает, что «лексема *power* через старофранцузские формы *poeir / poer* была заимствована в среднеанглийский язык. Первое зафиксированное значение около 1300 г. — *ability to act or do* “способность действовать”» [6].

В отличии от русского языка, у английского *power* достаточно широкий разброс значений, оно не имеет глагольной формы, и поэтому для выражения действия используются такие конструкции, как осуществлять власть (глагол + существительное), пользоваться властью (глагол + частица + существительное).

В ходе языковой деривации семантика данного слово расширялась в разных направлениях: уже в позднем средневековье появляются семантические значения ‘сила, мощь’, ‘энергия, эффективность’, ‘военная сила’ и другие. К XV–XVIII вв. слово *power* приобретает политические оттенки: «политическая сила, власть» наряду с прежним общим значением физической или духовной силы [Online Etymology Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.etymonline.com/word/power. – Дата доступа: 11.05.2026.].

В современном английском языке лексема *power* является многозначным словом, как и в русском языке. Оно охватывает несколько семантических сфер. Основные группы значений можно условно разделить таким образом: **(а)** качество или способность – *power* как возможность что-либо делать или влиять (главный исходный смысл); **(б)** сила, мощь – в том числе физическая или моральная, а с XVIII в. и политическая сила; **(в)** власть над людьми – контроль, господство, способность управлять и влиять на других; **(г)** законное право действовать – официальные полномочия и право (*authority*), включая делегированную власть. Кроме того, слово *power* может обозначать носителей силы (например, государство: *a great power*) и используется во множестве технических терминов («не относящихся к социальному концепту власти» [7]). Здесь важно отметить, что один из ключевых семантических компонентов *power* в политическом контексте – это именно *ability* ‘способность’: во многих словарных дефинициях *power* описывается через словосочетания *ability to do* (способность сделать) или *ability to act*. Изначальное значение латинского *potentia* как ‘способность действовать’ осталось ядром значения *power*.

Термин *authority* в английском языке дополняет значение *power*, акцентируя аспект легитимности и источника власти. Этимологически *authority* происходит от латинского *auctoritas* ‘авторитет, влияние’, связанного с *auctor* ‘инициатор, создатель’ [8, с. 326-330.]. По объяснению Э.Бенвениста, *auctoritas* изначально объединяла значения инициирования действия и общественного признания – своего рода «акт творения и поддержания порядка» [8, с. 327]. В современном английском языке *authority* имеет два основных блока значений: (1) право приказывать, власть заставлять повиноваться – т.е. законное полномочие и превосходство (сюда относятся конкретные значения: моральное или законное право командовать; власть, полученная по назначению или делегированная; лица или организации, наделенные властью); (2) авторитет как влияние без принуждения – личный вес мнения, признанная экспертиза, заслуженное доверие (авторитетное мнение, источник, эксперт). Таким образом, *authority* совмещает смысл «законной власти» и «авторитета». Даже в названии политологических концептов заметно это различие: к примеру, *legitimate power* часто переводят как «законная власть», что, по сути, и есть *authority* [9, с. 45]. В контексте концепта «власть» слово *authority* покрывает такие элементы, как законность и институты власти, которые менее выражены в слове *power*. «Лексема *authority* имеет схожее значение с лексемой power при употреблении ее в значении “право”» [10, с. 136]. Как отмечают И.С.Николаенко и А.В.Асеев, «в современном обществе, где значение политической коммуникации постоянно возрастает, концепт “власть” прежде всего интерпретируется и рассматривается с точки зрения политики. Однако роль данного концепта также весьма велика в экономической сфере, где он осмысливается через призму обладания материальными ресурсами» [11, с. 55].

Еще одним связным термином является *control*, который нередко соотносится с понятием власти в значении управления и надзора. *Control* пришло в английский из старофранцузского (старофр. *contrerole* < средневек. лат. *contrarotulus* ‘контрольный список, двойной реестр’) и первоначально означало ‘проверять, сличать по списку’, то есть осуществлять надзор [12]. В новое время значение расширилось до ‘управлять, держать под контролем, направлять’. В итоге слово стало обозначать сам акт власти по отношению к какому-то процессу или объекту. В современном понимании *to have control* значит иметь власть управлять или влиять на ход событий (ср. рус. *держать под контролем*). Однако *control* обычно воспринимается как частный аспект власти – скорее *механизм* или *функция* (контроль, регулирование), тогда как *power* и *authority* выражают более широкие концепты. Тем не менее, лексема *control* тесно связана с полем значения власти: например, Оксфордский словарь определяет *control* как ‘the fact or power of directing and regulating the actions of people or things; command’ (‘способность направлять и регулировать действия людей или вещей; командование’) [13]. Таким образом, *control* фокусируется на аспекте распоряжения и сдерживания, будучи семантически близким к компоненту ‘контроль, управление’ в концепте власти.

С.В.Санников считает, что в периферию концепта *power* в английском языке входят такие лексемы как «“манипуляция” (*manipulation*) и “авторитет” (*authority*), семантика которых соотносится как с отношениями власти, так и отношениями влияния, при условии наличия конфликта интересов между участниками взаимодействия. Из данной сферы выпадают лексемы “сила” (*force*), “принуждение” (*coercion*), “убеждение” (*persuasion*), “поощрение” (*encouragement*), соотносящиеся с явными формами применения власти либо влияния» [14, с. 66].

Автор отмечает, что понятие «власть» обозначает не только способность или возможность управлять, но и само действие, связанное с управлением, контролем и влиянием. Кроме того, наличие глагольной формы («властвовать») показывает, что власть воспринимается как активный процесс, а не только как абстрактное состояние или свойство, что еще раз подтверждает «творческую сущность самого языка» [15] в целом.

Проведенный анализ данного концепта позволяет нам сделать вывод о том, что в русском и английском языках данный концепт демонстрирует сложную и многослойную структуру, которая отражает не только политические и социальные отношения, но и особенности языка на уровне национально-ментального мировосприятия. Несмотря на наличие общих семантических компонентов, связанных с управлением, влиянием, контролем и возможностью воздействовать на других, в каждой лингвокультуре данный концепт получает собственное смысловое наполнение. В русском языке концепт «власть» теснее связан с идеями подчинения, государственного управления и социальной иерархии, тогда как английские лексемы *power, authority* и *control* разграничивают способность воздействовать, легитимность власти и механизм контроля.

БИБЛИОГРАФИЧЕКИЕ ССЫЛКИ

1. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – Москва: Гнозис, 2004. – 324 с.

2. Маркелова, Т. В. Семантическая трансформация слова «власть» в языке СМИ начала XXI века / Т. В. Маркелова, А. П. Савина // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2013. – № 3. – С. 129-133.

3. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд., доп. – Москва: Азбуковник, 2000. – 940 с.

4. Котлярова, О. В. Эволюционирование культурно-значимого концепта «власть» в русской языковой картине мира / О. В. Котлярова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2019. – № 1(423). – С. 86-91. DOI 10.24411/1994-2796-2019-10113.

5. Гогенко, В. В. Власть как языковой концепт / В. В. Гогенко // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. – 2011. – № 2(162). – С. 103-105.

6. Online Etymology Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.etymonline.com/word/power. – Дата доступа: 11.04.2026.

7. Habibova, K. Law and legal relations in the digital age / K. Habibova, E. Zaretskaya // SHS Web of Conferences. – 2022. – Vol. 141. – P. 10-19.

8. Бенвенист, Э. Словарь индоевропейских социальных терминов / Э. Бенвенист ; пер. с фр. ; общ. ред. и вступ. ст. Ю. С. Степанова. – Москва, 1995. – С. 326-330.

9. Siyasi diskursda frazeoloji vahidlərin manipulyativ potensialı (Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin Twitter paylaşımları əsasında) // Naxçıvan Dövlət Universitetinin Elmi əsərlər Jurnalı. – 2025. – № 3. – S. 40-47. DOI: 10.64400/ea25-3-07.

10. Щеголев, А. И. Лексико-семантическое поле языковых средств выражения концепта «власть» в англоязычных публицистических текстах / А. И. Щеголев, Л. В. Никитинская // Общетеоретические и частные вопросы языкознания: сб. науч. ст. / Чуваш. гос. пед. ун-т; отв. ред. Н. В. Кормилина, Н. Ю. Шугаева. – Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет им. И. Я. Яковлева, 2014. – С. 132-137.

11. Nikolaenko, I. S. The development of professional competence in linguistic university students in the framework of the project «The Concept of Power in Modern Linguistics» / I. S. Nikolaenko, A. V. Aseev // International Journal of Advanced Studies in Education and Sociology. – 2022. – No. 3. – P. 52-55.

12. Control – Etymology, Origin & Meaning [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.etymonline.com/word/control. – Date of access: 11.04.2026.

13. Control, n. meanings, etymology and more // Oxford English Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.oed.com/. – Date of access: 11.04.2026.

14. Санников, С. В. Методологические аспекты типологии лексических репрезентантов концепта «власть» и измерения их семантического пространства / С. В. Санников // Политическая наука. – 2019. – № 3. – С. 63-75. – DOI 10.31249/poln/2019.03.03.

15. Габибова, К. А. Творческий аспект языка / К. А. Габибова, З. С. Гусейнова // Scientific Discussion. – 2019. – Т. 1, № 29. – С. 15-17.

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE CONCEPT OF "POWER" IN THE RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES

Rena Huseynova
Azerbaijan Medical University
Baku, Azerbaijan, lingui80@mail.ru

The article analyzes the concept of "power" based on linguistic material from the Russian and English languages. The study employs descriptive-comparative and typological-comparative methods of linguistics. This concept forms the basis of political and social notions. For this reason, common and equivalent lexical elements are observed in the periphery of the concept of "power" in both Russian and English. The article also highlights the diversity of the lexical composition of the concept "власть" in Russian and "power" in English.

Keywords: concept; periphery; power; lexical elements; comparative analysis.

УДК 811.581'25:791.43-2

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КЛЮЧЕВОГО ОБРАЗА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ФИЛЬМА «ОН – ДРАКОН» В КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ: ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Д. Достык, М.В. Савко
Белорусский государственный университет,
Минск, Республика Беларусь
d1901110@gmail.com, marina.savko@gmail.com

В статье рассматриваются трудности адаптации образа дракона в переводе художественного фильма «Он – дракон» с русского языка на китайский. Выявляются различия в семантизации образа дракона в русской и китайской традициях: в русской картине мира дракон / змей (змий) связан с враждебным началом, тогда как в китайской − с защитой и благополучием. Культурная специфика обусловливает ряд переводческих деформаций: в частности, утрата героической коннотации имени *Драконоборец* в китайском языке, что требует особых лингвокультурных решений для сохранения исходного смысла кинопроизведения.

Ключевые слова: лингвокультурная адаптация; культурная специфика; концепт; картина мира.

Российский фэнтезийный фильм «Он – дракон» добился заметного успеха на китайском кинорынке: за короткий период времени число его просмотров на платформе Bilibili достигло 3,7 млн. После выхода в китайский кинопрокат в августе 2016 года кассовые сборы фильма в первый же день составили около 3 млн долларов США. В итоге картина заняла второе место среди зарубежных релизов российского производства по данному показателю. На платформе Douban (одном из ведущих китайских ресурсов с пользовательскими оценками фильмов) картина получила более 76 тыс. отзывов, а её рейтинг стабильно держался на уровне

7,4/10. Эти показатели вызывают интерес в сопоставлении с результатами российского проката: на внутреннем рынке фильм собрал около 2 млн долларов США (в Китае фильм получил итоговые 9 млн) при производственном бюджете в 18 млн. Таким образом, кинофильм «Он – дракон» представляет собой пример культурного продукта, получившего более благоприятный прием за рубежом, чем в стране производства. Подобная рецепция фильма в Китае обусловливает его особую значимость для анализа языковой и культурной адаптации в межкультурной коммуникации.

Цель данного исследования состоит в выявлении способов трансформации образа дракона при переводе фильма «Он – дракон» на китайский язык и определении лингвокультурных механизмов, позволяющих адаптировать отрицательно маркированный славянский образ к китайской целевой аудитории. В задачи исследования входило описание содержания образа дракона в русской и китайской традициях; выявление переводческих трансформаций в китайской версии фильма; определение возможного влияния трансформаций на восприятие центрального образа; оценка вероятной роли перевода в рецепции фильма в Китае.

Образ дракона в русской и китайской лингвокультурах демонстрирует принципиальную семантическую дивергенцию. В русской картине мира дракон входит в семантическое поле ‘враждебное начало’, ‘зло’, ‘огненная стихия’, функционируя в оппозиции культура vs природа. В данном контексте достаточно вспомнить Змея Горыныча, охраняющего вход в подземное царство [1; 4], или библейского Левиафана – воплощение хаоса и разрушения. Тогда как в китайской лингвокультуре *лун* (龙) маркирует позитивные семы ‘священность’, ‘благополучие’, ‘императорская легитимность’, реализуя культурный концепт *центр vs периферия*; китайский дракон – не чудовище, а, например, бог дождя, символ силы, удачи и верховной власти [7; 5].

Данная лингвокультурная асимметрия обусловливает деформации при межъязыковом переводе: сохранение сложного, двойственного образа дракона (в фильме «Он – дракон» он одновременно и страшный зверь, и нежный возлюбленный) в китайской версии фильма требует специальных лингвистических решений для компенсации утраченных коннотаций. К таким решениям относятся, например, нейтрализация отрицательной лексики (опущение лексем *чудовище, страх, ужас*), добавление эмоционально окрашенных эпитетов (*нежный, одинокий, страдающий*) и сознательное использование самой китайской лексемы *лун*, которая автоматически активирует в сознании китайского зрителя позитивные ассоциации, смягчая отрицательную семантику языка оригинала.

Исследование трансформации культурного концепта *ДРАКОН* в фильме «Он – дракон» задействует три теоретических подхода. Во-первых, для анализа в рамках данного материала актуальна теория архетипов К. Г. Юнга, прежде всего архетип *Тень* [8]. Юнг определял коллективное бессознательное как общечеловеческий наследственный опыт, а архетипы – как его врождённые модели. *Тень* – это подавленная тёмная сторона личности [8]. В европейской культуре дракон кодируется как *Тень*, которую герой должен победить. В китайской культуре дракон (*лун*) – символ благополучия и власти и не обладает выраженной негативной семантикой. Таким образом, теория архетипов К.Г. Юнга позволяет представить различия в интерпретации одного и того же образа в двух культурных системах.

Во-вторых, лингвокультурологический подход. Понятия языковой картины мира, концепта и семантического поля позволяют описать различия между русским *дракон* и китайским *лун* (龙). Концепт – это «сгусток культуры» в сознании,

включающий эмоции, оценки и ассоциации [3, с. 47–53]. Сопоставление семантических полей этих образов дает возможность выявить ключевые зоны смыслового расхождения, возникающие в процессе перевода.

В-третьих, теория переводческой компенсации. Компенсация – это замена непередаваемого элемента подлинника элементом другого порядка [6, с. 64] или передача утраченных смыслов иными средствами, необязательно на том же месте [2].

Три теоретических подхода выполняют различные, но взаимодополняющие функции, формируя трехуровневую аналитическую модель. Теория архетипов К. Г. Юнга, прежде всего концепция *Тени*, используется для интерпретации внутреннего конфликта главного героя. В фильме дракон предстает не только как внешняя угроза, но и как воплощение подавляемой темной стороны самого Армана. Юнгианская перспектива позволяет показать, что его борьба направлена не столько против внешнего врага, сколько против собственной внутренней природы. Данный уровень анализа отвечает на вопрос о психологическом содержании образа дракона.

Лингвокультурологический подход позволяет объяснить различия между русскими образами дракона и змея, с одной стороны, и китайским *龙* – с другой. В русской традиции дракон, как правило, наделяется отрицательной семантикой и ассоциируется с враждебным, разрушительным началом; в китайской культуре, напротив, он связан с представлениями о сакральности, благополучии и власти. Данный уровень анализа отвечает на вопрос о причинах противоположного восприятия одного и того же образа в разных культурных системах.

Теория переводческой компенсации используется для рассмотрения конкретных трансформаций в китайских субтитрах. Она позволяет выявить языковые средства, которые служат инструментом адаптации отрицательно маркированного образ дракона к ожиданиям китайской аудитории: посредством нейтрализации агрессивной семантики, замены обозначения *убийца* на *борец*, а также введения эмоционально окрашенных эпитетов. Этот уровень анализа демонстрирует механизмы преодоления возникающего культурно-семантического разрыва посредством перевода.

Таким образом, указанные подходы не противопоставляются друг другу, а образуют последовательную многоуровневую модель анализа: от психологической интерпретации образа дракона в русле юнгианской теории – через выявление культурно-семантических различий в рамках лингвокультурологического подхода – к рассмотрению конкретных переводческих решений с позиций теории компенсации. Интеграция этих трех подходов позволяет комплексно проанализировать китайский перевод фильма и раскрыть механизм трансформации культурного концепта *ДРАКОН* в процессе межкультурной адаптации.

Материалом исследования послужили русские субтитры к фильму «Он – дракон» и их китайский перевод, представленный в официальной версии субтитров на платформе Bilibili; перевод выполнен компанией 传神语联. Для анализа были отобраны 38 фрагментов, содержащих лексемы *дракон, змей, чудовище, гад, бить, убить, страх*, а также их китайские соответствия. Исследование осуществлялось методом сопоставительного лингвокультурологического и переводоведческого анализа.

В русском оригинале фильма «Он – дракон» центральный образ представлен рядом прямых номинаций: лексема *дракон* употребляется 33 раза, *драконоборец* – 8 раз, *змей/змея* – 2 раза, тогда как слова *чудовище, тварь, гад* и *монстр* встреча-

ются по одному разу. Всего зафиксировано 47 прямых обозначений дракона. В китайской версии эти единицы передаются преимущественно через иероглиф *龙* (лун), который автоматически актуализирует в сознании китайского зрителя положительные коннотации. Отрицательно маркированные русские лексемы *чудовище*, *гад*, *тварь* в китайских субтитрах последовательно нейтрализуются либо передаются более обобщенными обозначениями *怪物* ‘монстр’ / *恶龙* ‘злой дракон’. Особого внимания заслуживает перевод имени *Драконоборец* как *斗龙士* ‘борец, сражающийся с драконом’, а не *屠龙者* ‘убийца дракона’. Такой выбор позволяет смягчить агрессивную семантику исходной единицы и избежать конфликта с положительной, сакрализованной символикой дракона в китайской культуре.

Рассмотрим конкретные примеры из китайской версии фильма, которые иллюстрируют действие трёх теоретических подходов, обозначенных выше.

1. Архетип *Тень*: образ драконоборца.

Освободил воин людей от страха,и люди назвали его драконоборцем.

战士从恐怖中解放了人民 人们称他为"斗龙士"

В русском оригинале один из ключевых персонажей обозначается словом *драконоборец* – это победитель дракона, архетипический герой, преодолевающий собственную *Тень*. В китайских субтитрах данная лексема передана как *斗龙士* ‘воин/борец, сражающийся с драконом’, а не как *屠龙者* ‘убийца дракона’. Выбор глагола *斗* (‘сражаться’) вместо *屠* (‘безжалостно убивать’) ослабляет агрессивную семантику исходного образа и помогает избежать смыслового конфликта с китайской культурной традицией, в которой дракон воспринимается как сакральный и благожелательный символ, а не как чудовище, подлежащее уничтожению.

2. Архетип *Тень*: змей, чудовище vs 恶龙.

(1)-*Долго шел он по земле и по воде в поисках змея*

-*他走了很久 跋山**涉水** 寻找恶龙*

(2)-*за славного внука того героя, который уничтожил это чудовище*

-*许配给消灭恶龙的英雄之孙*

В русском тексте встречаются номинации *змей* и *чудовище* по отношению к дракону. В китайских субтитрах обе единицы передаются как *恶龙* ‘злой дракон’. Прилагательное *злой* сохраняет отрицательную оценку исходного образа, однако ключевая номинация *дракон* (*龙*) остаётся неизменной. В результате китайский зритель воспринимает персонажа не как безусловно демонизированное чудовище, а скорее как дракона, наделенного негативными свойствами, что смягчает степень его отрицательной маркированности по сравнению с русским оригиналом.

3. Лингвокультурологическая асимметрия: языковая игра.

-*Не хочу я тащить этого гада*

-*真不想**拖他**这个怪物*

Русская лексема *гад* в данном контексте реализует языковую игру, основанную на двойственности значения. С одной стороны, она выступает как бранное, эмоционально окрашенное обозначение, выражающее презрение и отвращение (син. *подлец*, *мерзавец*). С другой стороны, слово сохраняет связь с устаревшим значением ‘пресмыкающееся’, ‘ползучее животное’ (ср. выражение *гад ползучий*). В фильме эта семантическая двуплановость оказывается значимой для характеристики дракона: героиня называет его *гадом*, одновременно подчеркивая его зооморфную природу (гад – рептилия) и выражая личное эмоциональное неприятие.

В китайском переводе данная единица передана словом *怪物* ‘чудовище’, ‘монстр’), что приводит к утрате исходной многозначности. Этот вариант фиксирует лишь нечеловеческую, чуждую природу персонажа, но не воспроизводит ни экспрессивно-оценочный компонент русского слова, ни его зооморфную отсылку. Таким образом, языковая игра, основанная на полисемии лексемы *гад*, в китайской версии остается некомпенсированной, что дополнительно ослабляет негативную характеристику образа дракона.

4. Переводческая компенсация: нейтрализация агрессии.

-Бей дракона! Он уже подступает к тебе. Бей дракона

-快反击！龙已经逼近了！快打它

В русском оригинале императивная форма *бей* обладает выраженной агрессивной семантикой и в данном контексте фактически сближается по смыслу с призывом *убей*, *наноси сокрушительные удары*. В китайских субтитрах ему соответствуют глаголы *反击* ‘контратаковать’, ‘отвечать на нападение’ и 打 ‘ударить’. Оба варианта ослабляют интенсивность исходного побуждения: первый переводит действие в рамки ответной защиты, второй передает лишь сам факт физического воздействия без акцента на уничтожении противника. Подобная нейтрализация снижает степень агрессивности высказывания, делает конфликт менее жестким и способствует менее демонизированному восприятию образа дракона.

5. Переводческая компенсация: добавление эмоциональных эпитетов.

-А ты вообще-то парень добрый, но тяжелый

*-**你**还算是个善良的小**伙子**，就是有点**沉***

В русском оригинале отсутствует специальное обозначение с ласкательно-разговорным оттенком, сопоставимое с китайским *小伙子* ‘молодой парень’, ‘паренек’. Эта лексема не только указывает на возраст и пол персонажа, но и формирует интонацию эмоциональной близости между героями. При этом русское прилагательное *добрый* передается словом *善良* ‘добросердечный’, что сохраняет положительную оценку, а добавление *小伙子* дополнительно усиливает эмоциональную выразительность переводной реплики.

Таким образом, сочетание нескольких компенсаторных стратегий – нейтрализации агрессивной семантики, эмоционального усиления и опоры на культурный ореол лексемы *龙* – способствует переосмыслению исходного образа. В китайской версии славянский *дракон-злодей* предстает скорее как *нежный дракон-возлюбленный*, что помогает объяснить специфику восприятия фильма китайской аудиторией.

Переводческие решения могли стать одним из факторов успешной рецепции фильма в Китае, поскольку они ослабляют отрицательную маркированность образа дракона в русской традиции. В китайской версии исходная для европейского сюжета оппозиция «герой – чудовище» частично переосмысляется в логике «принятия иного». Лексема *龙* уже сама по себе актуализирует в китайском культурном сознании преимущественно положительные ассоциации, а переводческие стратегии (нейтрализация агрессивной семантики, замена *убийцы дракона* на *борца с драконом*, введение эмоционально окрашенных характеристик) дополнительно смягчают конфликтную структуру оригинала. В результате мотив противостояния и уничтожения уступает место модели диалога и эмоционального сближения. Именно такая перестройка культурной оппозиции, а не только лексическая адаптация, способствует трансформации русского *дракона-чудовища* в китайской версии в образ *нежного дракона-возлюбленного*.

Таким образом, китайский перевод фильма не ограничивается передачей предметного содержания исходного текста, а участвует в переорганизации культурной модели восприятия образа дракона. Последнее позволяет рассматривать перевод как один из значимых факторов успешной межкультурной рецепции фильма. Вместе с тем окончательное объяснение его популярности требует привлечения дополнительных данных – зрительских отзывов, особенностей продвижения и визуально-жанровой специфики картины.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Иванов, В. В. Змей Горыныч / В. В. Иванов, В. Н. Топоров // Славянская мифология : энциклопедический словарь. – М.: Эллис Лак, 1995. – С. 197–198.

2. Комиссаров, В. Н. Теория перевода: лингвистические аспекты / В. Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.

3. Маслова, В. А. Лингвокультурология : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – М.: Академия, 2001. – 208 с.

4. Пропп, В. Я. Исторические корни волшебной сказки / В. Я. Пропп. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1986. – 370 с.

5. Репнякова, Н. Н. Семантика образа дракона в китайских народных сказках и идиомах / Н. Н. Репнякова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 8-1 (74). – С. 120–123.

6. Рецкер, Я. И. Теория перевода и переводческая практика: очерки лингвистической теории перевода / Я. И. Рецкер. – М.: Р. Валент, 2007. – 244 с.

7. Ступникова, В. В. Китайский дракон как воплощение водной стихии / В. В. Ступникова // Горизонты цивилизации. – 2018. – № 9. – С. 339–346.

8. Юнг, К. Г. Архетип и символ / К. Г. Юнг. – М.: Ренессанс, 1991. – 300 с.

REPRESENTATION OF THE KEY IMAGE OF THE FEATURE FILM *HE IS DRAGON* IN CHINESE LINGUOCULTURE: TRANSLATION AND LINGUOCULTURAL ASPECTS

D. Dostyk, M. V. Savko

Belarusian State University,

Minsk, Belarus, d1901110@gmail.com, marina.savko@gmail.com

The article examines the difficulties involved in adapting the image of the dragon in the translation of the feature film He Is Dragon from Russian into Chinese. It identifies differences in the semantic representation of the dragon image in Russian and Chinese traditions: in the Russian worldview, the dragon / serpent (zmey, zmiy) is associated with a hostile force, whereas in Chinese culture it is linked to protection and prosperity. This cultural specificity gives rise to a number of translation shifts; for example, the heroic connotation of the name *Dragon-Slayer* (Drakonoborets) is lost in Chinese, which requires specific linguocultural solutions in order to preserve the original meaning of the cinematic work.

Keywords: linguocultural adaptation; cultural specificity; concept; worldview.

УДК 316.7:378:001

INTERCULTURAL AND ACADEMIC COMMUNICATION IN HYBRID KNOWLEDGE ENVIRONMENTS

N.A. Yahorava
University of the National Academy of Sciences of Belarus,
Minsk, Belarus, egorov1977@yandex.ru

The article explores the relationship between intercultural and academic communication within the transformation of contemporary knowledge systems. It examines the distinctions and intersections between intercultural and academic communication, emphasizing their socio-cultural foundations. Particular attention is given to the hybridization of academic discourse, the impact of digitalization on scholarly communication, and the specific features of educating international students.

Keywords: intercultural communication; academic communication; socio-cultural aspects; hybrid knowledge; digitalization; academic discourse; international students.

In the context of increasing academic mobility, intercultural communication has become a central field of inquiry within the humanities and social sciences. It traditionally focuses on how individuals from different cultural backgrounds exchange meanings, interpret symbols, and negotiate understanding in diverse communicative environments. Core attention is given to cultural codes, linguistic variation, non-verbal behavior, and communicative strategies that facilitate or hinder mutual understanding. However, contemporary academic environments demonstrate that communication does not occur in a culturally neutral space. Academic discourse itself is deeply embedded in institutional, epistemological, and sociocultural frameworks that shape not only how scholars communicate, but also what counts as knowledge, who is authorized to speak, and how credibility is constructed. In this sense, intercultural communication must be expanded to include the specificities of academic environments as socially organized systems of knowledge production.

While intercultural communication is generally understood as the study of meaning-making processes between individuals or groups from different cultural backgrounds [1; 2; 3; 4; 5; 6], its theoretical scope extends beyond simple linguistic exchange. It includes verbal and non-verbal communication, culturally embedded value systems, pragmatic norms, and socially constructed patterns of interpretation. Scholars such as Edward T. Hall and Geert Hofstede have demonstrated that cultural differences influence not only communication styles but also perceptions of authority, uncertainty, hierarchy, and individual agency in interaction. In this framework, intercultural communication can be classified into several analytical dimensions: 1) linguistic-cultural dimension (language use, discourse conventions, pragmatics); 2) socio-behavioral dimension (interactional norms, politeness strategies, non-verbal codes); 30 value-based dimensions (attitudes toward hierarchy, individuality, risk, and consensus); 4) contextual dimension (high-context vs low-context communication environments) [2; 5; 6].

Academic communication [1, p. 45-73], by contrast, represents a more specialized and institutionally regulated form of discourse embedded within epistemic systems of knowledge production. It operates not only across cultures but also within disciplinary boundaries, institutional hierarchies, and genre-specific conventions. Unlike general intercultural communication, which focuses on interaction between culturally different participants, academic communication is structured by codified norms such as peer review, citation practices, methodological transparency, and genre expectations (e.g., re-

search articles, conference presentations, grant proposals). The key distinction lies in the object of competence. In intercultural communication [5, p. 112-134], competence is primarily defined as the ability to interpret and negotiate meaning across cultural differences. In academic communication, however, competence includes the ability to participate in epistemic communities, to produce legitimate knowledge claims, and to align with disciplinary standards of argumentation and evidence. At the same time, these two domains are deeply interconnected. In contemporary higher education (especially in internationalized programs) academic communication inevitably becomes intercultural. Students and scholars operate within multilingual environments where epistemic norms are culturally mediated. For instance, expectations regarding critical argumentation, authorial voice, or even what counts as "originality" may vary significantly between academic traditions.

From a sociocultural perspective [2, p. 11-14], academic communication can therefore be understood as a hybrid system where: 1) intercultural variability shapes interpretation of academic norms; 2) institutional structures regulate acceptable forms of discourse; 3) disciplinary cultures define epistemic legitimacy; 4) global academic mobility intensifies negotiation between different scholarly traditions.

Recent discussions in the sociology of science and academic writing studies emphasize that knowledge production is not only cognitive but also socially negotiated. Issues such as peer review bias, publication hierarchies, and replication standards illustrate that academic communication is deeply embedded in systems of trust and authority. In this sense, sociocultural academic discourse extends intercultural communication by introducing an additional layer: epistemic governance – the mechanisms through which knowledge is validated, circulated, and institutionalized. Thus, while intercultural communication provides a framework for understanding cultural difference in interaction, academic sociocultural discourse explains how those differences are reorganized within structured systems of knowledge production. The intersection of these two domains becomes especially visible in international education, where learners must simultaneously navigate cultural diversity and disciplinary rigor.

Academic knowledge is not only produced through cognitive processes but also socially constructed within specific cultural and institutional settings. Norms of academic behavior, values of scientific integrity, and expectations of methodological transparency differ across academic cultures and historical contexts. For instance, concepts such as academic integrity, plagiarism, or research reproducibility are not universally interpreted in identical ways but are shaped by institutional policies and disciplinary traditions. Similarly, academic credibility is often influenced by reputational mechanisms, publication venues, and institutional affiliations, rather than purely by the intrinsic quality of research. This highlights the necessity of understanding academic communication as a culturally situated practice rather than a purely technical skill.

In international educational settings [6, p. 17-23], particularly in programs involving foreign students, academic communication becomes a hybrid space where intercultural and sociocultural dimensions intersect. Students are required not only to adapt to a new linguistic environment but also to internalize unfamiliar academic conventions. The core challenges include differing expectations of argumentation styles across academic traditions, variations in approaches to critical thinking and textual authority, contrasting understandings of collaboration, originality, and citation ethics, adaptation to discipline-specific genres and assessment criteria. These challenges demonstrate that successful academic participation requires both intercultural competence and sociocultural academic literacy.

A relevant illustration of sociocultural academic communication can be found in the course materials developed for the discipline "Sociocultural Aspects of Contemporary Academic Knowledge". One of the seminar tasks invites students to critically reflect on statements such as: "Are too many studies poorly designed?" and the idea that structural incentives in academia may negatively influence research quality. Students are encouraged to discuss not only methodological issues but also institutional pressures, publication systems, and the broader ecology of academic production. Another task involves analyzing whether concepts such as replication and reproducibility might have different meanings when transferred to artistic or visual practices, thus linking scientific discourse with art and music studies. In addition, interdisciplinary stimuli are used, including references to contemporary cultural artifacts, for example musical texts by artists such as *'Coldplay',* which serve as entry points for discussing how scientific metaphors circulate in popular culture. This pedagogical design demonstrates that academic communication is not limited to abstract theory but emerges through dialogic, culturally embedded practices. It also shows how students gradually develop the ability to move between disciplinary discourse, cultural interpretation, and reflective academic reasoning.

From the perspective of intercultural communication, digitalization has intensified contact between culturally diverse participants. Online environments eliminate spatial constraints and enable real-time interaction across linguistic and cultural borders. However, this increased accessibility does not automatically lead to mutual understanding. On the contrary, digital communication often amplifies cultural differences due to the absence of contextual cues, reduced non-verbal signaling, and algorithmically mediated visibility. As a result, misunderstandings, interpretative conflicts, and value-based tensions may become more visible and more frequent. At the same time, academic communication has undergone a parallel transformation. Digital infrastructures such as online journals, preprint servers, institutional repositories, and academic social networks have redefined the speed, visibility, and accessibility of knowledge production [3, p. 23-37]. The traditional model of slow, gate-kept dissemination (based on peer review and print publication) increasingly coexists with accelerated forms of scholarly exchange. This transformation can be analytically structured along several dimensions:

1. Acceleration of knowledge production: digital platforms compress the time between research production and dissemination; preprints and open-access publications allow immediate circulation of ideas, bypassing traditional publication delays.

2. Reconfiguration of authority and credibility: in digital academic environments authority is no longer determined solely by institutional affiliation or journal prestige; metrics such as downloads, citations, and online visibility contribute to new forms of reputational capital, while also raising concerns about superficial impact measurement.

3. Hybridization of intercultural and academic spaces: digital academic communication is inherently intercultural. Scholars operate in multilingual, transnational environments where epistemic norms intersect with cultural communication styles. This creates hybrid discursive spaces in which academic conventions are continuously negotiated.

4. Publicization of academic discourse: academic knowledge is increasingly communicated to non-specialist audiences through blogs, podcasts, and social media platforms; this "public turn" of science transforms scholars into mediators between expert and lay communities, requiring new communicative competencies.

5. Emotional and cognitive overload: digital academic environments also intensify pressure on researchers, contributing to phenomena such as information overload, performative productivity, and increased visibility of academic competition; the tension

between productivity and perfectionism becomes particularly visible in early-career research contexts, as reflected in narratives such as PhD experiences of submission anxiety and unfinished perfectionism.

The digital transformation reveals that intercultural and academic communication are no longer separate analytical domains but increasingly convergent systems. Intercultural communication provides the framework for understanding diversity in interactional norms, while academic communication introduces institutionalized structures of knowledge validation. In digital environments these systems overlap: a) intercultural variability shapes interpretation of academic norms; b) academic institutions regulate digital knowledge production; 3) algorithms mediate visibility and authority; 4) and global platforms create shared but unequal communicative spaces. This convergence leads to a new form of communicative complexity, where meaning is simultaneously culturally situated, institutionally regulated, and technologically mediated.

Intercultural communication and academic sociocultural discourse are closely interconnected yet analytically distinct domains. While intercultural communication focuses on cross-cultural interaction in a general sense, academic communication is structured by specific epistemic, institutional, and normative frameworks that define scholarly practice. Studying academic communication through a sociocultural lens allows for a more precise analysis of how knowledge is produced, validated, and transmitted in contemporary global academia. It also provides a theoretical basis for developing educational approaches that integrate intercultural sensitivity with academic literacy, particularly in multilingual and international learning environments.

REFERENCES

1. Hyland, K. Academic Discourse: English in a Global Context / K. Hyland. – London : Continuum, 2009. – 312 p.

2. Kress, G. Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication / G. Kress. – London : Routledge, 2010. – 212 p.

3. Nowotny, H. Re-Thinking Science: Knowledge and the Public in an Age of Uncertainty / H. Nowotny, P. Scott, M. Gibbons. – Cambridge : Polity Press, 2001. – 278 p.

4. Street, B. Academic Literacies and the ‘New Orders’: Implications for Research and Practice in Student Writing in Higher Education / B. Street // Learning and Teaching in Higher Education. – 2004. – No. 1. – P. 9–20.

5. Wierzbicka, A. Cross-Cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction / A. Wierzbicka. – Berlin : Mouton de Gruyter, 2003. – 502 p.

6. Yahorava, N. A. Productive Communication in the Educational Process: manual / N. A. Yahorava. – Minsk : Information and Computing Center of the Ministry of Finance, 2025. – 33 p.

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ И АКАДЕМИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ГИБРИДНЫХ СРЕДАХ ПРОИЗВОДСТВА ЗНАНИЯ

Егорова Н. А.

Университет НАН Беларуси, Минск, Республика Беларусь

egorov1977@yandex.ru

Статья посвящена анализу взаимосвязи межкультурной и академической коммуникации в условиях трансформации современных систем знания. Рассматриваются различия и точки пересечения данных понятий, а также их социокультурная обусловленность. Особое внимание уделяется гибридизации академического дискурса, влиянию цифровизации на формы научного общения и особенностям подготовки иностранных обучающихся.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация; академическая коммуникация; социокультурные аспекты; гибридные формы знания; цифровизация; академический дискурс; иностранные студенты.

УДК 372.881.111.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПЕРЕВОДИМОСТИ

Д.В. Зыблева
Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого, Гомель, Республика Беларусь, zybleva@gstu.by

В статье анализируются отдельные аспекты «теории непереводимости»; рассматриваются пути установления переводимости на практическом уровне; выявляется зависимость перевода от типа текста и адресата.

Ключевые слова: структурно-семантическое творчество, сурсьеры, сиблисты, типы эквивалентности, фактологичность текста.

Исследование лингвистических аспектов межъязыковой речевой деятельност и занимает сегодня особое место в проблематике языкознания. Перевод выполняет важнейшую социальную функцию, в связи с чем, начиная с античных времен, широко обсуждается вопрос о степени близости исходного текста тексту на другом языке, ведутся теоретические споры о допустимости буквального копирования подлинника или же использования вольного/свободного перевода для сохранения имплицируемого воздействия на реципиента.

Основы научной теории перевода были заложены самими переводчиками, которые пробовали обосновать свое право отказаться от воспроизведения буквы оригинала, поскольку это приводило порой к непонятности таких священных или образцовых текстов, как библия, юридические и другие документы. Известны попытки сформулировать нормативные требования к переводу. Так, французский поэт и переводчик Этьенн Доле предлагал следующие принципы перевода: а) понимание содержания текста оригинала и коммуникативного намерения его автора; б) превосходное владение языком оригинала и родным языком; в) отказ от перевода «слово в слово» для сохранения содержания и формы оригинала; г) использование в переводе общеупотребительных форм речи; д) сохранение в переводе воздействия на читателя, имплицируемое в оригинале [8, 1].

В научных кругах восемнадцатого столетия получил известность спор двух ведущих литературоведов того времени Йоганна Готтшеда из Лейпцига и Якоба Брейтингера из Цюриха по поводу критики переложений на немецкий язык произведений поэта Джона Милтона швейцарским писателем и литературным теоретиком Йоганном Бодмером [4].

Для Готтшеда правильные переводы должны согласоваться с принципами нормативной поэтики. Там, где оригинал не соответствует этим правилам, переводчик должен усовершенствовать его, чтобы текст плавно вписался в литературу. Перевод должен быть полностью немецким без чужих лингвистических единиц и конструкций, без заимствований. Если перевод выполняет эту задачу, то переводимость считается достигнутой. По словам Готтшеда, в языках отражается различие в характере и образе мышления, в памяти разных наций. Это касается не только отдельных слов и фраз (например,

название обычаев, пословицы, метафоры), но и грамматических свойств, как субстантивация, словосложение, синтаксическое использование причастий. Решающим является утверждение Готтшеда о том, что немецкий язык может быть расширен за счет введения новых средств выражения, которые поначалу возможно покажутся ему чуждыми. Только тогда переводу удастся установить переводимость, потому что в каждом конкретном случае будет выясняться, насколько устойчивы модели и абстрактные концепции, а также как проявляются существенные различия и трудности при всей своей теоретической гармонии.

Другой точки зрения придерживается Брейтенгер. Он считает, что переводчик должен следовать предписанным самому себе жестким законам, не отклоняясь от основного текста в содержании, форме и природе. Брейтингер решительно выступает против изменения оригинала (например, путем приема опущений), потому что в литературном произведении все слова функциональны, представляют собой единое целое. Поскольку ни одна деталь текста не является случайной, их воспроизведение требует самой высокой точности.

Хотя позиции обоих ученых непримиримо сталкиваются и принципиально отличаются поэтическими, эстетическими и литературно-языковыми взглядами, оба они сходятся в рационалистическом понимании языка, согласно которому между языками существует принципиальная переводимость при их несоответствии один к одному. Проблема заключается в установлении переводимости на практическом уровне, а именно, как переводчики должны вести себя в отношении трудностей, возникающих из-за индивидуальной специфики видов речи и конструктивных возможностей (например, причастных оборотов). Имеет ли право переводчик передавать в целевом тексте лингвистические, стилистические и формальные особенности оригинала, нарушая тем самым нормы родного языка.

Переводимость можно понимать как переводческую эквивалентность. Для установления эквивалентности переводчику приходится проявлять гибкость, выбирая от случая к случаю методы, обусловленные типом текста, адресатом и функцией перевода.

Уже в античные времена была установлена зависимость перевода от типа текста. Так, считалось, что библейские тексты следует переводить дословно, поскольку «божье слово» является неприкосновенным. Содержание светских текстов можно было интерпретировать по смыслу. В литературных кругах древнего Рима греческие трагедии переводились относительно точно, в то время как комедии подвергались свободной адаптации. Причина заключалась в том, что поэты-трагики легче преодолевали культурную дистанцию между Афинами и Римом, чем создатели комедии, успех которых был обусловлен степенью восприятия их творчества народными массами.

Проблемы эквивалентности перевода, связанные с учетом целевой аудитории, были подвергнуты систематическому исследовании только в 20-ом столетии. В 50-х годах Жорж Мунен разработал технологию методических приемов для перевода литературных текстов. В середине 70-х годов, Катарина Райз, анализируя случаи несоответствия прагматического потенциала оригинала целевой аудитории на другом языке, приходит к выводу, что переводчик должен переработать исходный текст таким образом, чтобы сделать его доступным для понимания. Число объяснений и уточнений в переводе возрастает, если есть опасность что относительно большая часть информации в подлиннике, может быть, не понята или понята превратно. Катарина Райз подчеркивает

взаимозависимость языка и культуры и выдвигает тезис о невозможности установления переводческой эквивалентности без учета прагматических и культурных аспектов [9].

В работах по теории перевода рассматриваются такие типы эквивалентности, как денотативная, коннотативная, смысловая, динамическая, формальная, коммуникативная, прагматическая и действенная.

Термины формальная и действенная эквивалентность способствуют более глубокому проблематику межъязыковой коммуникации. Следует подчеркнуть, что под переводческой эквивалентностью не подразумеваются отношения идентичности или подобия. Идентичность здесь может быть установлена только на содержательном уровне, например, взаимообратимое соответствие между топонимами *Teves* и *Trier*, или именами собственными *Tacite* и *Tacitus*. Однако подобные совпадения один-в-один встречаются довольно редко.

В процессе перевода чаще устанавливаются отношения подобия как на содержательном, так и на формально-эстетическом уровнях. Переводческая эквивалентность достигается только в ограниченном объеме посредством декодирования исходного текста, особенно если он простой по форме и состоит исключительно из нормативных структур и выражений. Большинство же текстов должны быть творчески переработаны переводчиком.

Условно можно выделить три типа переводчиков: сурсьеры (Sourciers – от фр. source – «источник»), сиблисты (Ciblistes – от фр. cible – «цель») и те, кто лишь по необходимости отклоняется от воспроизведения в тексте перевода значений и структур, свойственных тексту подлинника [5].

Сурсьеры (Sourciers) переводят оригинал, придерживаясь его формы и содержания, создавая структурно-семантическое тождество между высказыванием подлинника и перевода. В результате получается симметричный, нетрансформированный перевод. Рассмотрим несколько примеров из упражнения, предложенного в учебном пособии А. Архипова «Самоучитель перевода с немецкого языка на русский»:

1)*Wir unterscheiden drei Arten der Teilnahme an einer internationalen Konferenz:*

1а) *Мы различаем три вида участия в международной конференции;*

2)-*Delegationen mit beschließender Stimme, die von ihren Staaten zur Führung von Verhandlugen und Annahme der Schlußdokumente ermächtigt sein müssen.*

2а)-*Делегации с решающим голосом, которые должны быть уполномочены своими государствами для ведения переговоров и принятия заключительных документов* [1, 167].

В переводе 1а) применен способ синтаксического уподобления, при котором имеет место полное соответствие количества языковых единиц и порядка их расположения в обоих языках.

Перевод второго примера осуществлен с сохранением одинакового набора членов предложения и полным соответствием лексических и грамматических значений. Сложное сказуемое *должны быть уполномочены* стоит на втором месте, что объясняется нормой русского языка.

Сиблисты (Ciblistes) стремятся избежать интерференции и, ориентируясь на специфику целевого языка, используют структурные, семантические, структурно-семантические трансформации:

Wir traten in die Waschküchenschwüle der Straße.

Мы вышли на улицу: было жарко и влажно как в парильне [6, 36].

В данном примере переводчик описывает фрагмент действительности, отраженный в совокупном содержании исходного предложения, средствами целевого языка точно так же, как если бы он узнал его с помощью своих органов чувств. Сложное существительное *Waschküchenschwüle* (*духота как в кухне, где стирают белье*) преобразовано в выражение *было жарко и влажно как в парильне*. Здесь достигается эквивалентность на уровне идентификации.

Поскольку переводческая деятельность является процессом творческим возникает ряд ситуаций, когда убежденные сурсьеры и сиблисты вынуждены отклоняться от своих принципов, особенно при репрезентации поэтических текстов (сурсьеры) или научно-технической литературы (сиблисты).

Для определения рамок переводческой эквивалентности необходимо ответить на два основополагающих вопроса: всегда ли достижима переводческая эквивалентность и всегда ли она уместна и необходима.

Здесь стоит упомянуть дискуссию по так называемой «теории непереводимости», сущность которой заключается в принципиальной невозможности тождества двух текстов на разных языках из-за уникальности и неповторимости их структур, грамматического строя и словарного состава. Это касается, в первую очередь, художественных и философских произведений, обладающих особой эстетической формой и колоритом.

Касательно первого вопроса следует отметить теоретиков языкознания и практиков перевода эпохи Просвещения, наивно полагающих полную взаимозаменяемость систем языковых знаков, потому что в основе всех человеческих языков лежат общепринятые грамматические категории. В предисловии к «Grammair générale» Николя Бозе утверждал, что находит повсюду одинаковые взгляды, принципы и универсальность общих законов языкознания. Называя «идиотизмами» некоторые различия в языках, он считал их лишь лимитированными отклонениями, поскольку все люди на земле говорят на абсолютно одинаковых языках без аномалий и исключений, несмотря на разнообразность идиоматических выражений [7, 230].

Подобных взглядов придерживались так же Антуан Арнольд и Клод Ланселот в изданной в 1660 году, «Grammair générale» пытаясь создать на базе греческого, латинского и французского языков одинаковые, действующие для всех языков в мире грамматические категории. Концепция общих логических форм была подвергнута критике Дидро, придерживающегося положения о внутренней системе самостоятельности каждого языка [7, 231].

В ранних философских трактатах Вильгельма фон Гумбольдта постулируется взаимосвязь языка и мышления. Он утверждает также, что слова одного языка не могут полностью соответствовать словам другого, поэтому переводимость текстов не может быть достигнута, поскольку каждый язык выражает «дух народа» и является не только средством передачи информации, но и определяющим способом мышления. Таким образом, перед переводчиком стоит дилемма: он должен одновременно и сохранить верность «духу» оригинала и «духу» родного языка. Эти скептические суждения были им позже несколько смягчены. Признавая универсальность человеческого духа, Гумбольдт отмечал похожесть человеческих языков [3].

Если исходить из положения, что перевод должен точно воспроизводить оригинал, возникает проблема непереводимости по чисто лингвистическим причинам.

Переводимость, в широком смысле слова, связывают с пониманием, являющимся необходимым условием для успешной коммуникации между людьми с разным лингвокультурным происхождением. Именно перевод призван осуществить это понимание.

Непереводимость обусловлена трудностями и пределами понимания типичных, центральных, присущих определенным языковым сообществам семантических структур. Так, проблема переводимости может быть связана с количественным составом семантических полей в разных языках. Например, синонимический ряд в немецком языке для обозначения высказывания с непонятным смыслом лишь частично соответствует русскому:

ср.: нем. – *Unsinn, dummes Zeug* и русск.: - *бессмыслица, чепуха, чушь, вздор, ахинея, белиберда, галиматья, дичь, нелепость, ерунда* и др.

Следовательно, переводимость здесь будет не абсолютной, а приблизительной из-за ограничений в индивидуальном языковом различии.Переводимость с практической точки зрения понимается как возможность выразить все, что есть в одном языке, средствами другого; разница касается лишь структуры форм и их коннотаций.

Следует проводить различия между переводимостью в денотативном и коннотативном диапазонах. На денотативном уровне переводимость подтверждается полностью. При наличии пробелов в лексической системе они устраняются посредством различных методов: заимствованием слов, неологизмами, сдвигами в значении, перефразированием и др. При наличии реальностей, еще не известных в целевом языке, переводчик использует те же процедуры, которые обычные носители языка применяют в подобных случаях: принятие выражений из исходного языка, перевод заимствований (корректировка значений), создание новых выражений и значений локальными средствами.

Переводимость базируется на действительной реальности, верно или неверно отраженной в подлиннике. Степень точности передачи семантики исходного текста определяется его предназначением и уровнем фактологичности.

Переводимость условно ограничена или невозможна при доминировании отдельных коннотативных значений или языка в своей эстетической функции.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Архипов, А. Ф. Самоучитель перевода с немецкого языка на русский/ А. Ф. Архипов. – Москва: Высшая школа, 1991.-255 с.

2. Gallagher, John D. Möglichkeiten und Grenzen der Übersetzungsäquivalenz/ John D. Gallagher// Kontrast und Äquivalenz: Beiträge zu Sprachvergleich und Übersetzung. – Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1998. – S. 2-20.

3. Humboldt, W. von. Einletung zu “Agamemnon”/ W. von Humboldt// Das Problem des Ubersetzens: Wege der Forchung VIII. – Darmastadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1973. – S. 71-96.

4. Koller, W. Das Problem der Übersetzbarkeit/ W. Koller// Kontrast und Äquivalenz: Beiträge zu Sprachvergleich und Übersetzung. – Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1998. – S. 118-134.

5. Ladmiral, R. Sourciers et ciblistes/ R. Ladmiral// Traducere navem. Fetschrift für Katharina ReiB zum 70. Gebustag. – Tampere: Institut für Translationswissenschaft der Universität Tampere, 1981. – P. 287-300.

6. Латышев, Л. К. Технология перевода. Уч. пос. по подготовке переводчиков (с нем. яз.)/ Л. К. Латышев. – Москва: ТЕЗАУРУС, 2000. – 280 с.

7. Mercier, D. Lepreuve de la representation. L'enseignement des langues etrangères et la pratique de la traduction en France aux 17ème et 18ème siècle/ D. Mercier. – Paris: Les Belles Lettres, 1995. – P. 215-237.

8. Паршин, А. Теория и практика перевода/ А. Паршин. – Москва: RuLit, 1985. – 310 с. – Режим доступа: URL:https:www.rulit.me (дата обращения: 30.03.2026). – Текст: электронный.

9. Reiβ, K., Vermeer, H. J. Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie: Linguistishe Arbeiten, 147/ K. Reiβ, H. J. Vermeer. – Tübingen: Niemeyeer, 1984. – S. 48-52.

LINGUISTIC AND CULTURAL ASPECTS OF TRANSLATABILITY

D.V. Zybleva

Gomel State Technical University named after P. O. Sukhoi,
Gomel, Republic of Belarus, zybleva@gstu.by

The article analyzes certain aspects of the “theory of untranslatability”; discusses ways to establish translatability at the practical level; reveals the dependence of translation on the type of text and the addressee.

Keywords: structural and semantic creativity, sources, seblists, types of equivalence, and text factuality.

УДК 316.77:327(4–6):378(4–6)

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ БАРЬЕРЫ И МОСТЫ: ОПЫТ НАУЧНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БЕЛАРУСИ И КИТАЯ В 2020–Х

Е.С. Игнатюк

Институт истории Национальной академии наук Беларуси
Минск, Республика Беларусь, ekaterina.ignatyuk2000@mail.ru

В статье анализируется трансформация межкультурной коммуникации в белорусско–китайском научном партнерстве под влиянием пандемии COVID–19. Выявлены ключевые барьеры (языковые, временные, стилистические) и механизмы их преодоления через цифровизацию и культурную адаптацию. Доказано, что переход к смешанным форматам создал устойчивую модель сотрудничества: более 170 вузовских соглашений, 34 высокоуровневые платформы, рост совместных публикаций. Партнерство Беларусь–Китай задает стандарт глобального научного взаимодействия, демонстрируя эффективность сочетания технологических инноваций и межкультурной компетентности.

*Ключевые слова***:** межкультурная коммуникация; научное сотрудничество; цифровизация; культурная адаптация; Беларусь; Китай; пандемия COVID–19.

Из–за ковида, вспыхнувшего в Ухане в декабре 2019–го (с марта 2020–го – пандемия по версии ВОЗ), Беларусь и Китай перевели науку в онлайн: Zoom, WeChat, Tencent Meeting [14]. Личные встречи ушли в прошлое, обмен данными ускорился, но вылезли языковой барьер и разница часовых поясов.

Китайский стиль (коллективизм, индекс власти 80) пришлось подгонять под белорусский (прагматизм, индекс 68) [13]. Университеты Минска, Уханя и Харбина успешно работали по видеосвязи даже в карантин. К 2023–2026 годам сотрудничество окрепло: появились общие научные платформы, годы промкооперации (2026–2027) и опора на уроки пандемии в рамках «Пояса и пути» [12].

Цифра помогла не просто сохранить, а усилить работу [2]. Китай дал данные о вирусе и методы диагностики, белорусы подключились к борьбе с болезнью.

Культурные различия (китайский коллективизм против белорусского прагматизма) потребовали подстройки общения [16].

В 2021 году сотрудничество окрепло ещё больше: Беларусь получила китайские вакцины, а сама испытала «Спутник V» [4]. Главный успех – обе стороны изменили стиль переговоров: белорусы изучили китайский этикет, китайцы подстроились под прагматизм. Партнёрство окончательно ушло в онлайн, включая образовательные проекты вузов [18, с. 207–209].

В 2021 г. в Парке высоких технологий активизировалось сотрудничество с китайскими партнёрами в области биомедицины и телемедицины, что стимулировало публикационную активность. Ключевую роль сыграли гибридные коммуникационные форматы [3].

В 2022 г. БНТУ и Харбинский политехнический институт оформили соглашение о совместных проектах в рамках инициативы «Пояс и путь» [9]. Дистанционные форматы постепенно уступили место гибридным – с очными встречами на площадках Минска и китайских вузов. БГУИР сместил фокус на искусственный интеллект и логистику во взаимодействии с университетами Шанхая [17].

Для снижения культурных барьеров внедрены тренинги по деловому протоколу. К 2023 г. двустороннее сотрудничество обрело институциональные формы: подписано свыше 170 межвузовских договоров, создана Ассоциация университетов Беларуси и Китая [5].

В научных контактах доминировали гибридные модели, позволявшие нивелировать визовые и логистические ограничения. БГЭУ реализует программы MBA с курсами по межкультурному менеджменту. Барьеры минимизированы за счёт ИИ–переводчиков и тренингов по этикету. В ПВХ обсуждаются китайские инвестиции в биотехнологии на сумму в сотни миллионов долларов [7].

2023 г. закрепил переход к долгосрочным организационным форматам. В 2024 г. партнёрство усилило цифровую составляющую: гибридные схемы, совместные образовательные курсы, интеграция «зелёных» и высоких технологий [20].

Выросло число совместных публикаций в Scopus и стартапов с китайским капиталом в ПВХ. Проводились фестивали «Дракон и зубр». Гибридные форматы повысили эффективность взаимодействия [10].

Цифровая трансформация партнёрства опиралась на нейросетевую аналитику и edge computing (совместно с Huawei). БГУИР готовит кадры в гибридном формате. ПВХ привлекает крупные инвестпотоки из КНР. Культурную интеграцию поддерживают фестивали, стипендии и совместные статьи [10].

К маю 2026 года взаимодействие вышло на высокий уровень: развиваются технологии в рамках «Цифрового Шёлкового пути», расширены программы с китайскими вузами, ПВХ аккумулирует финансы от ведущих компаний Китая [1].

Цифровые платформы обеспечили эффективную коммуникацию в телемедицине и ИКТ. БГМУ и другие вузы публикуют совместные работы и реализуют академические обмены. Перспектива – углубление сотрудничества в high–tech и медицине [6].

Пандемия переместила межкультурную коммуникацию из очной плоскости в цифровые и гибридные модели [11]. Платформы Zoom, WeChat, Tencent Meeting повысили оперативность обмена данными, но обнажили языковые и часовые проблемы [19].

Потребовалась системная культурная адаптация: переход от китайского коллективизма (PDI=80) к белорусскому прагматизму (PDI=68) через тренинги по этикету и знакомство с концепцией «гуаньси» [19]. Закрепились смешанные фор-

маты как новая норма: онлайн–вебинары, 34 высокоуровневые платформы, более 170 межвузовских соглашений.

Пандемия превратила межкультурные вызовы в конкурентные преимущества. Сочетание цифровизации и межкультурной компетентности сформировало устойчивую экосистему научного партнёрства Беларуси и Китая [8].

Таким образом, белорусско–китайское сотрудничество представляет собой образец устойчивой межкультурной коммуникации: пандемия обозначила вызовы (язык, часовые пояса, различные стили управления), но цифровая трансформация и осознанная культурная адаптация позволили выстроить надёжную экосистему – более 170 межвузовских соглашений, 34 высокоуровневые платформы, рост числа публикаций в Scopus. Данное партнёрство наглядно демонстрирует, как технологические новации и межкультурная грамотность способны преодолевать цивилизационные различия, задавая стандарт для глобального научного взаимодействия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Alibaba close to signing joint venture with Russian partners // Belt and Road. – URL: https://beltandroad.hktdc.com/en/news/alibaba–close–signing–joint–venture–russian–partners (date of access: 10.05.2026).

2. Беларусь и Китай планируют реализовать 35 совместных научно–технических проектов – ГКНТ // PrimePress. – URL: https://primepress.by/news/kompanii/belarus_i_kitay_planiruyut_realizovat_35_sovmestnykh_nauchno_tekhnicheskikh_proektov_gknt–15070/ (дата обращения: 10.05.2026).

3. Беларусь и Китай объявят конкурс совместных научно–технических проектов на 2021–2022 годы // Profmedia. – URL: https://profmedia.by/newse/214502/ (дата обращения: 10.05.2026).

4. Беларусь и Китай: рост делового сотрудничества и взаимодействие в выпуске лекарств при лечении коронавируса // Belarus.by. – URL: https://www.belarus.by/ru/press–center/speeches–and–interviews/belarus–i–kitaj–rost–delovogo–sotrudnichestva–i–vzaimodejstvie–v–vypuske–lekarstv–pri–lechenii–koronavirusa_i_133014.html (дата обращения: 10.05.2026).

5. Более 170 прямых договоров между вузами Беларуси и Китая подписано за последние два года // БелТА. – URL: https://belta.by/society/view/bolee–170–prjamyh–dogovorov–mezhdu–vuzami–belarusi–i–kitaja–podpisano–za–poslednie–dva–goda–742934–2025/ (дата обращения: 10.05.2026).

6. БГМУ укрепляет связи с Китаем в сфере медицинского образования и науки // Калтасы–Заря. – URL: https://kaltasy–zarya.ru/news/obrazovanie/2025–04–15/bgmu–ukreplyaet–svyazi–s–kitaem–v–sfere–meditsinskogo–obrazovaniya–i–nauki–4199316 (дата обращения: 10.05.2026).

7. Белорусская власть планирует развивать биотехнологии через китайские инвестиции // Scomedia. – URL: https://scomedia.ru/36338/ (дата обращения: 10.05.2026).

8. Большой приход Китая в Беларусь: как отношения вышли на восходящую траекторию развития // Посольство Республики Беларусь в Китайской Народной Республике. – URL: https://china.mfa.gov.by/ru/embassy/news/de366de98f986.html (дата обращения: 10.05.2026).

9. БНТУ и Харбинский политехнический институт подписали соглашение о сотрудничестве // Times BNTU. – URL: https://times.bntu.by/news/17762–bntu–i–harbinskij–politehnicheskij–institut–podpisali–soglashenie–o–sotrudnichestve (дата обращения: 10.05.2026).

10. В ПВТ выразили готовность вовлекать белорусские IT–компании в орбиту китайского бизнеса // БелТА. – URL: https://belta.by/special/economics/view/v–pvt–vyrazili–gotovnost–vovlekat–belorusskie–it–kompanii–v–orbitu–kitajskogo–biznesa–714701–2025/ (дата обращения: 10.05.2026).

11. COVID–19: как начиналась пандемия новой коронавирусной инфекции // ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Челябинской области». – URL: https://fbuz–74.ru/about/news/4521/ (дата обращения: 10.05.2026).

12. О внесении изменений в Закон Республики Беларусь «О нормативных правовых актах» // Национальный правовой Интернет–портал Республики Беларусь. – URL: https://pravo.by/novosti/obshchestvenno–politicheskie–i–v–oblasti–prava/2025/november/91005/ (дата обращения: 10.05.2026).

13. Пандемия 2.0: превратится ли долгожданное открытие Китая в ковидный ад // Finam.ru. – URL: https://www.finam.ru/publications/item/pandemiya–20–prevratitsya–li–dolgozhdannoe–otkrytie–kitaya–v–kovidnyy–ad–20230104–1741/ (дата обращения: 10.05.2026).

14. Пиневич: сотрудничество Беларуси и Китая в борьбе с коронавирусом можно назвать образцовым // Министерство здравоохранения Республики Беларусь. – URL: https://minzdrav.gov.by/ru/sobytiya/pinevich–sotrudnichestvo–belarusi–i–kitaya–v–borbe–s–koronavirusom–mozhno–nazvat–obraztsovym/ (дата обращения: 10.05.2026).

15. Речная флотилия, драконы и зубры: тысячи зрителей наблюдали за парадом стилизованных машин в Пинске // БелТА. – URL: https://belta.by/regions/view/rechnaja–flotilija–drakony–i–zubry–tysjachi–zritelej–ponabljudali–za–paradom–stilizovannyh–mashin–v–610793–2024/ (дата обращения: 10.05.2026).

16. Сотрудничество в области здравоохранения // Посольство Республики Беларусь в Китайской Народной Республике. – URL: https://china.mfa.gov.by/ru/bilateral/humanitarian/healthcare/ (дата обращения: 10.05.2026).

17. Space Hackathon with Indev Solutions // Парк высоких технологий. – URL: https://www.park.by/startup/calendar/space–hackathon–with–indev–solutions_/ (дата обращения: 10.05.2026).

18. Сунь Шэнцзы. Основные направления культурного сотрудничества Китая и Беларуси в 2016–2022 гг. / Сунь Шэнцзы // Проблемы современного востоковедения : материалы IV Междунар. науч.–практ. конф., Минск, 25–26 июня 2024 г. / Белорус. гос. ун–т ; редкол.: В. Р. Боровой (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2024. – С. 206–210.

19. Эксклюзив: Совместная борьба с COVID–19 углубила традиционную дружбу между Китаем и Беларусью – китайский посол Цуй Цимин // Синьхуа Новости. – URL: https://russian.news.cn/2020–03/12/c_138869523.htm (дата обращения: 10.05.2026).

20. Чжан Вэньчуань: Беларусь и Китай совместно создали 34 высокоуровневые платформы научного сотрудничества // БелТА. – URL: https://belta.by/society/view/chzhan–venchuan–belarus–i–kitaj–sovmestno–sozdali–34–vysokourovnevye–platformy–nauchnogo–762148–2026/ (дата обращения: 10.05.2026).

INTERCULTURAL BARRIERS AND BRIDGES: EXPERIENCE OF SCIENTIFIC COLLABORATION BETWEEN BELARUS AND CHINA IN THE 2020s

E.S. Ignatyuk

Institute of History of the National Academy of Sciences of Belarus
Minsk, Belarus, ekaterina.ignatyuk2000@mail.ru

The article analyzes the transformation of intercultural communication in Belarusian-Chinese scientific partnership under the influence of the COVID-19 pandemic. Key barriers (linguistic, temporal, stylistic) are identified, along with mechanisms for overcoming them through digitalization and cultural adaptation. It is proven that the transition to hybrid formats has created a sustainable model of cooperation: over 170 university agreements, 34 high-level platforms, and growth in joint publications. The Belarus-China partnership sets a standard for global scientific interaction, demonstrating the effectiveness of combining technological innovations and intercultural competence.

Keywords: intercultural communication; scientific collaboration; digitalization; cultural adaptation; Belarus; China; COVID-19 pandemic.

УДК 3

СОЦИАЛЬНЫЕ АРХИТЕКТУРЫ ЦИФРОВОЙ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В МОЛОДЁЖНОЙ СРЕДЕ

Н.А. Козлов
РТУ МИРЭА
Москва, Россия, nk1627616@gmail.com
Н.Н. Калмыков
Целлюлоза
Москва, Россия, Kalmykov@Kalmykovnn.ru

В статье рассматривается концепт социальных архитектур применительно к цифровой межкультурной коммуникации в молодёжной среде. Обосновывается, что характер межкультурного взаимодействия в цифровом пространстве определяется не только индивидуальными коммуникативными установками участников, но и конфигурацией институциональных, символических, цифровых, пространственных и субъектно-агентных компонентов социальной среды. Выделяются ключевые параметры цифровой среды, влияющие на формирование доверия, включённости, кооперации и взаимопонимания между представителями различных культурных групп. Предлагаемый подход позволяет рассматривать цифровую среду как значимый фактор организации межкультурной коммуникации и как объект аналитической диагностики в образовательных и молодёжных сообществах.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация; цифровая среда; социальные архитектуры; молодёжная среда; коммуникативные практики; социальная интеграция; цифровое взаимодействие.

Проблематика межкультурной коммуникации в молодёжной среде в условиях цифровизации приобретает особую актуальность. Цифровые платформы становятся базовой инфраструктурой общения, самоидентификации и участия в различных формах социальной активности. При этом межкультурное взаимодействие всё чаще осуществляется не в непосредственном физическом контакте, а в среде, задаваемой алгоритмами, интерфейсами и визуально-символическими кодами. В такой ситуации традиционные представления о коммуникации как о процессе обмена сообщениями между индивидуальными субъектами оказываются недостаточными для анализа того, как именно формируются доверие, взаимопонимание и чувство общности у представителей разных культурных групп [1; 4; 5].

На первый план выходит характеристика той социальной среды, в рамках которой разворачиваются практики межкультурного взаимодействия. Молодые люди включены одновременно в множество цифровых пространств — образовательных платформ, социальных сетей, мессенджеров, игровых сообществ, международных студенческих проектов, — каждое из которых по-своему структурирует каналы коммуникации, нормы поведения, способы самопрезентации и механизмы признания. В результате межкультурная коммуникация выступает не только как диалог отдельных носителей разных культурных кодов, но и как взаимодействие, опосредованное устройством этих цифровых пространств [2; 4].

В этой связи продуктивным представляется использование концепта социальных архитектур для анализа цифровой межкультурной коммуникации. Под социальными архитектурами целесообразно понимать динамически формируемые конфигурации организации многомерной социальной среды, определяющие возможности взаимодействия, кооперации, идентификации, адаптации и совместного действия субъектов. Такой подход позволяет рассматривать цифровую среду не

как нейтральный фон коммуникации, а как активный фактор, усиливающий либо, напротив, затрудняющий интеграционные процессы между представителями различных культур [2; 3].

В отличие от статических трактовок социальной структуры, где среда описывается преимущественно через заданные институты и устойчивые роли, концепт социальных архитектур акцентирует внимание на её изменяемости и проектируемом характере. Цифровые платформы, инструменты и сервисы постоянно обновляются, что ведёт к перестройке сценариев взаимодействия и коммуникативных практик. Соответственно, межкультурная коммуникация в молодёжной среде оказывается встроенной в процессы непрерывного конструирования и реконфигурации социальных архитектур [3; 4].

С позиций данного подхода межкультурная коммуникация в цифровой среде может рассматриваться как результат согласованности ключевых измерений социальной среды. Речь идёт о том, что успешное взаимодействие представителей разных культурных групп зависит не только от их готовности к диалогу и владения языковыми средствами, но и от того, насколько согласованы институциональные правила, символические коды, технические параметры цифровых платформ, пространственная организация взаимодействия и реальные возможности субъектного участия [2; 3; 6].

Институциональное измерение социальных архитектур цифровой межкультурной коммуникации включает формальные и неформальные правила, задающие рамки поведения в конкретных онлайн-пространствах. Это могут быть регламенты работы образовательных платформ, модерационные политики социальных сетей, нормы академической этики в международных студенческих проектах, требования к языку и стилю общения в официальных каналах коммуникации. Чем более прозрачны и согласованы для пользователей эти правила, тем легче им ориентироваться в межкультурном взаимодействии, избегая непреднамеренных нарушений и конфликтов [2; 5].

Символико-семиотическое измерение связано с теми ценностями, образами, метафорами и культурными кодами, которые циркулируют в цифровой среде и задают рамки интерпретации коммуникативных сообщений. Для молодёжной межкультурной коммуникации особенно важно, какие символы ассоциируются с принадлежностью к определённым сообществам, насколько разнообразны представлены культурные традиции, какие языковые и визуальные средства признаются «нормой». От того, совпадают или конфликтуют между собой эти символические коды, зависит, будет ли цифровое пространство способствовать взаимному признанию и уважению или, напротив, воспроизводить стереотипы и разделение «своих» и «чужих» [1; 5].

Цифровое измерение социальных архитектур охватывает технологические параметры платформ: интерфейсы, алгоритмы рекомендации контента, механизмы персонализации, настройки приватности, доступность инструментов перевода и адаптации языка. Алгоритмическая фильтрация информации может как расширять, так и сужать межкультурный горизонт молодого пользователя. Если цифровая среда усиливает эффект «информационных пузырей», где пользователь сталкивается преимущественно с близкими по взглядам и культурному опыту собеседниками, то возможности реального межкультурного диалога оказываются ограниченными. Напротив, платформы, сознательно поддерживающие многоязычие, разнообразие источников и инструментов взаимодействия, повышают интеграционный потенциал среды [4; 6].

Пространственно-средовое измерение в цифровом контексте связано с организацией маршрутов взаимодействия, форматов присутствия и точек пересечения коммуникативных траекторий. Молодёжные онлайн-сообщества существуют в виде форумов, групп, каналов, виртуальных комнат и событий, каждая из которых задаёт определённые сценарии включения и распределения ролей. Важно, насколько цифровое пространство способствует встрече участников из разных культурных и языковых контекстов, создаёт ли оно безопасные площадки для диалога, обеспечивает ли возможность перехода от поверхностного контакта к более глубокому совместному взаимодействию [3; 5].

Наконец, субъектно-агентное измерение социальных архитектур отражает способность участников межкультурной коммуникации выступать не только объектами, но и активными преобразователями цифровой среды. Это проявляется в создании пользователями собственных каналов и проектов, инициировании международных образовательных и волонтёрских программ, в практике пользовательской модерации и самоорганизации сообществ. Чем выше степень включенности молодёжи в совместное проектирование правил, форматов и содержания коммуникации, тем устойчивее формируются практики доверия и солидарности, преодолевающие культурные барьеры [5; 6].

Рассмотренные измерения позволяют перейти к вопросу об интеграционном потенциале цифровой межкультурной коммуникации в молодёжной среде. Под интеграционным потенциалом можно понимать способность социальной среды создавать условия для формирования устойчивых связей, взаимного признания и участия в общих практиках представителей различных культурных групп. В цифровом пространстве это выражается в готовности молодых людей вступать в межкультурный диалог, воспринимать инаковость не как угрозу, а как ресурс развития, участвовать в общих проектах и инициативах [1; 5].

Если институциональные правила цифровых платформ поддерживают принцип равного доступа, недискриминации и уважительного общения, символические коды отражают ценность культурного разнообразия, а технологические решения способствуют расширению коммуникативного горизонта, то межкультурная коммуникация в молодёжной среде приобретает интегративный характер. В противном случае возникает риск фрагментации пространства на закрытые группы, где культурные различия закрепляются и усиливаются [1; 4; 6].

С точки зрения социальных архитектур можно выделить несколько типов цифровых сред, по-разному влияющих на межкультурную коммуникацию. Интегративные архитектуры характеризуются высокой согласованностью институциональных, символических, цифровых, пространственных и субъектно-агентных компонентов. В таких средах молодые люди имеют возможность безопасно выражать свою идентичность, узнавать о других культурах, вступать в диалог и совместные действия, опираясь на понятные правила и поддерживающую инфраструктуру [2; 3; 5].

Фрагментированные архитектуры предполагают частичную согласованность отдельных компонентов цифровой среды. Например, платформа может декларировать ценность межкультурного взаимодействия и предоставлять разнообразные технические возможности, но при этом фактически воспроизводить замкнутые по языковому или социальному признаку сообщества. В таких условиях формируются локальные островки интеграции, однако общая картина остаётся разорванной, а контакты между различными группами ограниченными [3; 4; 6].

Конфликтогенные архитектуры цифровой межкультурной коммуникации возникают при рассогласовании ключевых компонентов среды, когда правила, символические коды и алгоритмы взаимодействия не поддерживают практики уважительного диалога. Это может проявляться в отсутствии эффективных механизмов реагирования на дискриминационные высказывания, в доминировании односторонних культурных нарративов, в алгоритмическом усилении контента, провоцирующего поляризацию. Для молодёжной аудитории подобная среда становится фактором роста недоверия и усиления стереотипов [4; 5; 6].

Практическая значимость использования концепта социальных архитектур для анализа цифровой межкультурной коммуникации заключается в возможности разработки диагностических моделей оценки состояния и потенциала конкретных онлайн-пространств. Такие модели могут включать критерии, связанные с доступностью многоязычных ресурсов, представленностью различных культурных традиций, прозрачностью правил и процедур модерации, уровнем участия пользователей в управлении сообществами, а также с наличием поддерживающих форматов взаимодействия (совместные проекты, межкультурные дискуссии, образовательные программы) [2; 4; 6].

В образовательных и молодёжных организациях подобный подход позволяет целенаправленно проектировать цифровую среду таким образом, чтобы она способствовала формированию у студентов компетенций межкультурной коммуникации. Речь идёт не только о расширении языковых знаний, но и о развитии навыков работы с цифровыми инструментами, критической рефлексии алгоритмически структурированного контента, а также готовности участвовать в коллективном конструировании безопасных и инклюзивных онлайн-пространств [5; 6].

Таким образом, концепт социальных архитектур даёт возможность по-новому подойти к анализу межкультурной коммуникации в цифровой молодёжной среде. Он переводит фокус исследования с отдельных актов коммуникации на характеристики многомерной социальной среды, в которой эта коммуникация разворачивается. Согласованность институционального, символического, цифрового, пространственного и субъектно-агентного измерений выступает важным условием формирования интегративных практик взаимодействия и укрепления социальной сплоченности в поликультурном пространстве [2; 3; 5].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Табылгинова Л. А. Основные научные подходы к понятию «социальная интеграция» // Ученые записки Забайкальского государственного гуманитарно-педагогического университета им. Н. Г. Чернышевского. 2011. № 4(39). С. 196–201.

2. Петрова С. И. Социальная среда: проблемы интерпретации // Бюллетень науки и практики. 2016. № 4(5). С. 247–251.

3. Иванов О. И. Социальное пространство как объект научного изучения и управляемой трансформации // Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. Т. 16, № 2. С. 49–64.

4. Гришаева С. А. Социальные трансформации в условиях цифровой среды // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. 2020. Т. 26, № 1. С. 70–81.

5. Газиева И. А. Социальная среда как фактор изменения ценностей студенческой молодежи // Высшее образование в России. 2024. Т. 33, № 2. С. 54–72.

6. Гончарова О. В., Липатова А. В., Напреенко Г. В. Социальные взаимодействия в цифровой среде: социолингвистический подход // Казанский социально-гуманитарный вестник. 2024. № 4(67). С. 10–17.

SOCIAL ARCHITECTURES OF DIGITAL INTERCULTURAL COMMUNICATION IN YOUTH ENVIRONMENTS

N.A. Kozlov
RTU MIREA
Moscow, Russia, nk1627616@gmail.com
N.N. Kalmykov
Cellulose
Moscow, Russia, nk1627616@gmail.com

The article examines the concept of social architectures in relation to digital intercultural communication in youth environments. It is argued that the nature of intercultural interaction in digital space is determined not only by the individual communicative orientations of participants, but also by the configuration of institutional, symbolic, digital, spatial and subject-agent components of the social environment. The paper identifies key parameters of the digital environment that influence the formation of trust, inclusion, cooperation and mutual understanding between representatives of different cultural groups. The proposed approach makes it possible to consider the digital environment as a significant factor in organizing intercultural communication and as an object of analytical diagnostics in educational and youth communities.

Keywords: intercultural communication; digital environment; social architectures; youth environment; communicative practices; social integration; digital interaction.

УДК 811.133.1’255.2=161.1

МУЛЬТИМОДАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ЭВРИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ ФРАНЦУЗСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

А.В. Квачек
Белорусский государственный университет,
Минск, Республика Беларусь,frkv76@yandex.by

В статье обобщается практический опыт и дается лингводидактическое обоснование эвристического подхода к преподаванию межкультурной коммуникации и перевода на филологическом факультете БГУ. Интегративный подход к формированию ключевых компетенций будущего переводчика и специалиста по межкультурной коммуникации позволяет разработать междисциплинарный курс, способствующий креативности студентов. МКК рассматривается автором как эвристическая деятельность на основе диалога культур.

Ключевые слова: иммерсивная система; лингвокультура; мультимодальная коммуникация; диалог; эвристический подход.

Французская лингвокультура образует устойчивое смысловое единство, которое реализуется в повседневном общении, в литературном диалоге, в межкультурной коммуникации. Для качественной профессиональной подготовки специалиста в сфере межкультурной коммуникации требуется овладение необходимыми и вариантными навыками толкования прецедентных текстов; вербальных и невербальных, развитие креативного потенциала через понимание семантики высказывания или текста. Современные технологии хотя и способствуют углублению и систематизации знаний студентов о профессиональной компетентности переводчика, но не всегда могут проверить его готовность и способность эффективно применять знания культуры, языка и литературы.

Эвристический способ интеграции в лингвокультурный контекст французского мира, предложенный в данном проекте, позволяет заложить, в процессе изучения

французского языка и литературы на филологическом факультете БГУ, фундамент социокультурной идентичности будущего специалиста. Создание модели французского мира как обучающего пространства переводит межкультурное взаимодействие из художественного и учебного формата в мультимодальную проекцию.

Первостепенным для нас является введенное М.М. Бахтиным понятие диалога культур, которое позволяет рассматривать социокультурное явление (артефакт, текст, эпоху) в контексте взаимодействия. «Жить – значит участвовать в диалоге: вопрошать, внимать, ответствовать, соглашаться и т.п. В этом диалоге человек участвует весь и всею жизнью: глазами, губами, руками, душой, духом, всем телом, поступками» [1, с. 337].

Эвристический потенциал проекта заключается в реконструкции «ментальной копии» носителя французского самосознания, или, как говорят переводоведы, вторичной языковой личности. Вторичная языковая личность формируется через коммуникацию в культурном пространстве, через диалог картин мира. Способом коммуникации становятся прецедентные тексты, насыщенные, помимо общекультурных фоновых знаний, национально обусловленными образами и неявными намеками, аллюзиями, ассоциативными рядами, то есть имплицитной информацией. Анализ текста на таком уровне нейросеть делает не слишком качественно, пока ей не стоит «доверять» потенциал истолкования культурного код нации. Например, ИИ не распознает идиоматические выражения, как и тексты «второго порядка», или экфрасис, а ведь именно это явление во многом объясняет «сетку» смыслов, синтез вербального и невербального пространства культуры. Для перевода набора сведений о стране в комплекс знаний необходимо создавать новый образовательный контент.

Мы полагаем возможным изучить коммуникативный потенциал французской лингвокультуры с опорой на значимые «галльские» образы, формирующие национальную идею. Для этого необходимо «спаять» парадигматику и синтагматику, то есть сильные, культурно маркированные и эмоционально окрашенные цепочки слов-триггеров, генерирующих девиз Французской Республики: «Свобода, Равенство и Братство». Ключевая триада межкультурной коммуникации, «язык – сознание – культура», позволяет осмыслить этот лозунг с как трехуровневую конструкцию на четырех лингводидактических «опорах».

Технологическое решение коммуникативной модели, или алгоритм, задает объект, который существует в материальной и в символической форме, имеет общезначимое культурное содержание и обладает императивным характером, оказывая влияние на любого наблюдателя Эйфелева башня, металлический конструкт из 15.000 спаянных между собой деталей, выступает в нашем проекте в качестве или посредника между языком, культурой и сознанием. Эйфелева башня – самый узнаваемый «посредник» между Францией и остальным миром, а еще радио-и телевышка, способная улавливать информацию на уровне, превосходящем человеческий. Она может служить, по терминологии автора концепции эвристического обучения, белорусского ученого и педагога А.Д. Короля, «культурно-историческим аналогом» [2, с. 10]. Этот аналог поможет понять, как мозг проводит смысловую обработку данных благодаря импульсам, а нейронные математические сети в ИИ имитируют умственную деятельность.

Итак, перед нами четыре опоры первого этажа Эйфелевой башни. Они образуют арки, которые соотносятся с основными видами речевой деятельности (чтение,

аудирование, письмо, говорение). Как правило, сформированных навыков достаточно для базового уровня владения иностранным языком.

Второй этаж, или «вертикаль смыслов», связан с анализом знаковых литературных текстов и формированием лингвостилистической компетентности, которая формируется благодаря чтению, комментированию и интерпретации лучших образцов национальной литературы на языке оригинала.

Самый верх «условной» башни предполагает осознанное и контролируемое умение филолога распознавать скрытые смыслы и типичные аллюзии национально-культурной традиции, которые тяжело различить, стоя внизу, у подножия. Таким образом, логика и целостность проекта основывается на последовательном усвоении информации от изученного к новому. Знаменитая формула Ж. Деррида «мир как текст» определяет цель проекта как понимание вербального и невербального пространства французской лингвокультуры, которое становится активным, высказывает себя, обнаруживает динамический центр и периферию, «Париж» и «провинцию». По мере приближения к «ядру» национальной идеи приходит понимание французской лингвокультуры как многоуровневого, семантически обусловленного и активного единства, символы идентифицируются и оказывают все более непосредственное и существенное влияние на процесс межкультурной коммуникации.

Эйфелева башня наглядно демонстрирует разницу французского и белорусского менталитета, взаимную «полярность» национального самосознания, и представления об исключительной роли французской культуры выходят на поверхность. Между внешним по отношению к Парижу наблюдателем и городом смысловые связи очень поверхностны и стереотипны – «увидеть Париж и умереть», «подняться на Эйфелеву башню» и т.д. По словам белорусского лингвиста Б.Ю. Нормана, для нашего народа характерен «комплекс этнической неполноценности», а идея французского «суперэтноса» разработана в трудах российского лингвиста А.П. Седых [3, 4].

Именно с башни начинается миф о Париже, это его архитектурный фон. Вопрос в том, насколько сооружение высотой 300 м соразмерно белорусу. Психологически высота воспринимается как победа. Студенту придется «пережить» перепад высоты, потому что наша цель – достичь максимально высокой точки в понимании новой культуры, понять, с учетом нашего «комплекса этнической неполноценности, присущий французам «комплекс этнического превосходства». В конце нас ждет встреча с нашим новым «я», но уже в другом измерении. Это будет вторичная языковая личность, которая способна вести полноценный межкультурный диалог. Абстрактные понятия, формирующие нравственную основу французской языковой личности, *свобода, равенство и братство*, приобретут для нас вполне конкретное значение. Мы исследуем высоту, включая «места памяти» и прецедентные феномены, которые можно увидеть со смотровой площадки Эйфелевой башни: соборы и дворцы, площади и мосты, сады и рынки, музеи и кладбища. Проект распространяется на невербальные объекты культуры – живопись, архитектуру, музыку, то есть совокупность прецедентных феноменов, которая обусловливает национальную специфику коммуникации.

В условиях искусственно созданной языковой среды межкультурная компетенция формируется и систематизируется постепенно из всего запаса фоновых знаний и пережитого культурного опыта, появляется понимание иного образа жизни. По мере освоения коммуникативного пространства символическая референция ключевых образов Парижа и Франции становится все более динамичной, и новые

значения и смыслы не просто накапливаются, а формируют целостное и универсальное представление о национальной системе коммуникации. За период обучения каждый студент растет как личность, выстраивает свою башню, поднимаясь на все большую высоту.

Содержательное единство прецедентных феноменов французского мира конструируется в межкультурном аспекте и предусматривает все языки, на которых говорит французский мир: архитектурный, художественный, музыкальный, театральный, кинематографический, кулинарный, обонятельный, на которых «французский мир» (А.П. Седых) репрезентирует себя. Мы рассматриваем эти языки как способ творческого самовыражения нации, которым можно научиться и постепенно овладеть самому. У специалиста по МКК и переводу должен быть абсолютный слух музыканта, должно быть выработано безошибочное чутье на явления французской культуры, как у парфюмера на запахи. Эти качества обусловлены врожденно, но именно эвристический подход к преподаванию развивает профессиональную интуицию.

Для стимуляции познавательного интереса успешно применяется технология вовлечения в диалог, или так называемая «иммерсивная среда». Студент «погружается» (от латинского слова «immergere») в мир, отличный от того, в котором он живет ежедневно, например, в коммуникативное пространство, где люди выражают себя только на французском языке. Впервые термин «иммерсия», или «погружение» использован канадским специалистом по двуязычному образованию Мишлин Уэлле (Micheline Ouellet) в работе «Synthèse historique de l'immersion française» (Исторический синтез французского погружения», вышедшей в Квебеке в 1990 г [5]. Способы создания иммерсивной среды могут быть очень разнообразными, они делают процесс образования увлекательным и креативным, повышают мотивацию студентов. Эвристический подход «за рамками» традиционного обучения позволяет синтезировать пространство для мультимодальной коммуникации, в котором могут конкурировать и дополнять друг друга семиотические системы и инструменты ИИ.

На практических занятиях можно устраивать различные викторины, или «квизы» (от английского «quiz», что означает «проверочный опрос»). Новизна предложенного подхода заключается в том, что целеполагание осуществляет сам студент, и он же может разработать игру в соответствии с научными интересами и увлечениями. Систематическое проведение таких мероприятий с привлечением гостей не только формирует у студентов устойчивый багаж представлений о бытовой культуре Франции, но и дает понимание национальной и этнической специфики, эстетических установок, этических норм и художественного сознания.

Как известно, филологи – «книжные дети» (В. Высоцкий), и основной формой коммуникации является текст, однако невербальные по своей сути феномены (произведения архитектуры, живописи и музыки, прецедентные имена и прецедентные высказывания) также включены в нашу концепцию межкультурного взаимодействия. Литературная коммуникация – естественная среда креативности, художественный текст уже подразумевает межкультурный диалог. Мы рассматриваем коммуникативно значимый и национально окрашенный дискурс, а это не только художественные, но и мифологические, историко-философские и общественные тексты, требующие подключения личного опыта.

В определенные исторические периоды у людей не хватает опыта для соотнесения «знакомого» и «привычного» с «новым» и «незнакомым». Задача проекта заключается в создании системы открытого типа, которая позволяет студентам

сопоставить прецедентные феномены французского мира и славянского менталитета. Синтез разных инструментов коммуникации и объединение семиотических систем дает возможность провести смысловую обработку, алгоритмизировать механизм порождения образов, генерировать новые и обогащать уже разработанные «кейсы», или проблемные задания. Ракурс изучения МКК задан особой перспективой обзорной площадки Эйфелевой башни. Мы сопоставляем «большое» и «малое», «далекое» и «близкое», «родное» и «иностранное», «видимое» и «невидимое», «высокое» и «низкое», «противоположность» и «сходство».

Приведем пример кейса общих культурных ценностей для Беларуси и Франции. Представим себе вторую платформу Эйфелевой башни. На северо-востоке виднеются башни собора Парижской Богоматери. Давайте выстроим логическую цепочку, которая приведет нас от Нотр-Дам до Минска. Роман, увековечивший средневековый памятник готической архитектуры, написал В. Гюго. Благодаря успеху произведения была проведена масштабная реконструкция здания. Инициатором проекта стал инспектор по охране исторических памятников Проспер Мериме, создавший в одноименной новелле бессмертный образ цыганки Кармен, который живет в различных интерпретациях. Героиня новеллы «перепрыгнула» рамки сюжета и добралась до Минска в музыкальном воплощении. «Кармен», опера-талисман белорусского Большого театра не покидает его сцену с первого сезона (1933 г).

Любой кейс можно дополнить вопросами и заданиями. Например, предложить студентам назвать «роковую женщину» белорусской культуры, которая стала знаковым образом национального драматического театра, и рассказать о ней по-французски (подразумевается пьеса Я. Купалы «Паўлінка»). Или объяснить, почему французский писатель П. Мериме, а затем композиторы Ж. Бизе и Р. Щедрин сделали своей героиней испанскую цыганку, сопоставить французский этнос с испанским и привести аналогичные примеры воспевания или высмеивания «иных нравов» из русской / белорусской культуры.

Мы полагаем возможным изучить потенциал французской лингвокультуры с опорой на значимые объекты, формирующие национальную идею. В соответствии с принципами эвристического обучения в качестве образовательного объекта могут использоваться реальные объекты, фундаментальные понятия, либо, в зависимости от изучаемой темы, культурно-исторические аналоги. Если погружение состоялось, то студенты в состоянии выполнить сами задание эвристического типа: установить соответствие или закономерность, предложить алгоритм и даже разработать игру или другой продукт с применением нейросети и инструментов ИИ. Преимущества от объединения разных видов иноязычной деятельности не сводятся только к синтезу разных инструментов коммуникации. Задача состоит в том, чтобы поменять сам режим обучения, создавая алгоритм решения интеллектуальных задач, и тем самым трансформировать обучающую среду.

В нашем проекте условный образ французского мира основан на идее единства и взаимообусловленности коммуникативной среды и культурного фона. Образ Франции пока не имеет вида когнитивной схемы, и тем не менее его можно реконструировать как комплекс условных, не всегда отчетливо рефлексируемых ментальных структур, связанных с национальным менталитетом, этническим способом мышления и культурным каноном. По мере освоения коммуникативного пространства символическая референция ключевых образов Парижа и Франции становится все более динамичной, и новые значения и смыслы не просто накап-

ливаются, а формируют целостное и универсальное представление о национальной системе коммуникации.

В проблемное поле белорусской романистики вводится термин «Франсиада», или эвристический способ мультимодальной интеграции в лингвокультурный контекст французского мира вне собственно географического пространства. Устойчивое смысловое единство исторических и культурных параметров и явлений моделируется базе языка, культуры и ментальности как символический социокультурный универсум, состоящий из координатной сетки национально значимых объектов и явлений, реализуется в коммуникации и может быть изучено в славянском языковом ареале. Предметом исследования становится, соответственно, содержательное единство прецедентных феноменов французского мира в межкультурном аспекте. В процессе освоения дисциплины «Межкультурная коммуникация и перевод» студенты приобретают необходимые умения и навыки, учатся достойно конкурировать с ИИ, а также получают субъективный психологический опыт на пересечении логики и чувственного познания.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / Бахтин М.М. – М.: Искусство, 1986. – 444 с.

2. Король, А. Д. Моделирование системы эвристического обучения на основе диалога: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.01 /А.Д. Король. – Учреждение РАО «Ин-т содержания и методов обучения». М., 2009. – 24 с.

3. Норман, Б.Ю. Болгарский язык в лингвострановедческом аспекте: курс лекций / Б.Ю. Норман. – Минск: Белорусский государственный университет, 2005. – 131 с.

4. Седых, А. П. Этнокультурные характеристики языковой личности (на материале французской языковой личности): автореф. дис. … д-ра филол. наук: 10.02.19 / А. П. Седых. – Саратов: Саратов. гос. ун-т, 2005. – 44 с.

5. Ouellet, M. Synthèse historique de l’immersion française au Canada suivie d’une bibliographie selective et analytique, Québec, International Centre for Research Bilingualism, 1990. – 265 с.

MULTIMODAL COMMUNICATION: A HEURISTIC APPROACH TO TEACHING FRENCH LINGUOCULTURE

A.V. Kvachek

Bielorussian State University,
Minsk, Republic of Belarus,frkv76@yandex.by

This article summarizes practical experience and provides a linguodidactic rationale for a heuristic approach to teaching intercultural communication and translation at the Faculty of Philology at BSU (Minsk, Republic of Belarus). This integrative approach to developing key competencies in future translators and intercultural communication specialists allows for the development of an interdisciplinary course that fosters students' creativity. The author views intercultural communication as a heuristic activity based on a dialogue of cultures.

Keywords: immersive system; linguistic culture; multimodal communication; dialogue; heuristic approach.

УДК 8.81.811

ОБРАЩЕНИЕ К АДРЕСАТУ В НЕКОММЕРЧЕСКИХ КОМИЧЕСКИХ ОБЪЯВЛЕНИЯХ

Т.А. Кравцова
Белорусский государственный университет иностранных языков
Минск, Беларусь, tatyana-kravcova-2011@mail.ru

Статья посвящена рассмотрению обращений в некоммерческих комических объявлениях. В результате анализа выявлено, что обращения в данной категории текстов находятся в препозиции, что объясняется прагматическими задачами. Для анализа типов обращений за основу взята типология Голубевой Е. В. и соавторов, выделяющих (обращения ко всем, обращения-ФИО, обращения-возраст/пол, обращения-профессия, обращения-родство, обращения-описания, обращения-отношения). Согласно полученным нами данным, типология дополнена нами *обращениями к другим социальным группам*. В ходе работы также выявлена полифункциональная природа обращений в некоммерческих комических объявлениях.

Ключевые слова: объявление; некоммерческое объявление; обращение; типология и функции обращений.

Юмор является действенным механизмом объявлений. Согласно исследованию M. Eisend, юмор значимо повышает положительное отношение к рекламе, отношение к бренду, положительные эмоции, внимание, намерение к покупке, снижая при этом негативные эмоции [0]. Исследование E. Núñez-Barriopedro, K. Goralczyk Klusek, B.Tobar-Pesántez выявило устойчивую тенденцию использования юмора в объявлениях: «среднемировое использование юмора охватывало 44 % рекламных кампаний в 2016 году, 47 % – в 2017 году и увеличилось до 56 % в 2018 году, демонстрируя ежегодный рост» [0]. В связи с этим изучение механизмов создания юмора представляется актуальной задачей для исследователей.

В настоящей работе *юмор* рассматривается как субкатегория комического понимаемого как родовое понятие, включающее следующие виды: юмор, иронию, сатуру, сарказм. Е. А. Хрущева дает следующее определение *комического*: «отклонение от нормы, приводящее к возникновению двух резко отличающихся содержательных планов, а также неопасное, а даже приятное для слушателей, так как вызывает в них (лишенных высмеиваемого недостатка) чувство превосходства» [0].

Практическую базу исследования составили 50 некоммерческих объявлений на русском языке, отобранных методом целенаправленной выборки и характеризующиеся наличием комического эффекта и обращений. Анализ отобранного материала осуществлялся на основе семантического, контекстуального, стилистического и количественного методов.

Учитывая важную роль обращений в рамках исследования, следует уточнить содержание термина. И. В. Щербинина понимает под обращением «грамматически независимый и интонационно обособленный компонент предложения или более сложного синтаксического целого, обозначающего лицо или предмет, которому адресована речь» [0, с.3].

Для всего массива проанализированных объявлений характерна постановка обращения в начало фразы. Подобная препозиция обусловлена прагматическими задачами: необходимостью идентифицировать адресата, выразить авторскую модальность и анонсировать предмет сообщения. Например, *«УВАЖАЕМЫЕ ЖИ-*

ТЕЛИ! В связи с участившимися случаями попадания белья (наволочки, простыни и т.д.) в канализационную систему дома УБЕДИТЕЛЬНАЯ ПРОСЬБА ПОСТЕЛЬНОЕ И ДРУГОЕ БЕЛЬЕ В УНИТАЗЕ НЕ СТИРАТЬ!»; «Уважаемые водители и санитары! Убедительная просьба – во время похорон НЕ РЖАТЬ!!!»; «Уважаемые клиенты! Не входите с собаками! КОТ атакует без предупреждения! Спасибо за понимание!». В приведенных объявлениях обращения *Уважаемые жители!, Уважаемые водители и санитары!, Уважаемые клиенты!* четко очерчивают круг адресатов, дают читающему примерное понимание темы сообщения (так, только на основе вышеупомянутых обращений можно сделать вывод, что объявления будут касаться вопросов занимаемых жилых помещений, профессиональных моментов или особенностей взаимодействия организации и клиента в сфере услуг). Вместе с тем, особенностью комических объявлений является то, что по обращению не всегда можно идентифицировать авторскую модальность: в большинстве случаев прилагательное *уважаемый* указывает на желание адресанта сохранить официально-деловой характер отношений, отличающийся конструктивным и нейтральным характером взаимодействия, однако в некоторых случаях тон обращения контрастирует с модальностью последующего сообщения, что и создает комический эффект. Подобный эффект наблюдается в объявлении *«Уважаемые водители и санитары! Убедительная просьба – во время похорон НЕ РЖАТЬ!!!»,* где нейтральное обращение *Уважаемые водители и санитары!* противопоставляется просторечному *не ржать*, что и порождает комизм.

Для типологии объявлений в исследуемом практическом материале была взята типология, предложенная Е. В. Голубевой , З. М. Ахмадовой и В. Ш. Расумовым , выделившим следующие типы обращений: «обращения ко всем (*извините, простите* и др.); обращения-ФИО; обращения-возраст/пол (*мальчик, девушка, молодой человек* и др.); обращения-профессия (*преподаватель, профессор* и др.); обращения-родство – здесь исследователи выделяют три подтипа: кровные родственники (*мама, отец* и др.), знакомые (*братан, сестра* и др.); и незнакомые (*дядя, тетенька* и др.); обращения-описания (этот тип обращений не только называет адресата, но и описывает его – *женщина в розовой шапке, за вами занимали)*; обращения-отношения (*милый, зай* и др.)» [0, с. 80-81]. В результате анализа эмпирического материала существующая типология была дополнена еще одним типом обращений – обращение к другим социальным группам (*пассажиры, жители* и др.).

Установлено, что наиболее частотно в исследованных объявлениях вербализуются обращения к другим социальным группам (*пассажиры, жители, соседи* и др.) (44 %), что обусловлено пространственной общностью адресатов (транспортное средство, жилой дом, офис), а также установкой автора на создание эффекта коллективной ответственности внутри группы.

Частота употребления универсальных обращений к широкой аудитории (*друзья, товарищи, господа* и др.) оказалась практически идентична частотности обращений по демографическому признаку (полу/возрасту: *девушки, дамы, мужчины* и др.) и обращений-описаний (*друзья-сороконожки; сосед, который ворует лампочки* и др.) и составила 14 %, 15 % и 14 % в каждом из случаев соответственно. Полагаем, что меньшая распространенность вышеперечисленных типов обращений связана с их узкой функциональной направленностью. Так, универсальные обращения слишком абстрактны для решения конкретных бытовых задач, которым посвящено большинство некоммерческих комических объявлений, в то время как демографические напротив слишком ограничивают круг адресатов. Обра-

щения-описания используются лишь в уникальных ситуациях, что и обуславливает их ограниченность употребления. Наименее частотно вербализуются обращения-профессии (*водители и санитары; продавец пирогов* и др.) и обращения-родство (*родители*) – по 6 % употреблений в исследованном материале. На наш взгляд, нераспространенность этих обращений объясняется их узконаправленностью.

Обращения-отношения не были выявлены в корпусе практического материала, что вызвано спецификой жанра объявления, ориентированного на широкую аудиторию, что исключает использование интимных или эмоционально-личных номинаций, характерных для частной беседы.

При изучении функций обращений была использована классификация Л. В. Кожуховой. Исследователь выделяет семь функций: «1) номинативная (функция выделения адресата); 2) социально-регулятивная или этикетная (обозначение статуса коммуникантов, степени их близости, характера их взаимоотношений); 3) вокативная (привлечение внимания); 4) эмоционально-экспрессивная (выражение эмоций); 5) оценочно-характеризующая (квалификация адресата); 6) дискурсивная (обеспечение формальной и смысловой связности частей дискурса); 7) дейктическая (уточнение, указание на адресата)» [4, с. 9].

Установлено, что обращения в исследованных объявлениях полифункциональны. Так, номинативная, социально-регулятивная, вокативная и дейктическая функции отмечены в 100 % проанализированных объявлений, что связано с прагматической природой жанра объявления. Для эффективного функционирования объявление, а опосредованно и обращение, должно решать несколько коммуникативных задач: необходимо идентифицировать адресата (номинативная функция), указав на участника коммуникации в конкретной ситуации (дейктическая функция), привлечь его внимание (вокативная функция) и задать определенный вектор поведения (социально-регулятивная функция).

Эмоционально-экспрессивная функция обращений также отмечена в 100 % исследованных текстов, что обусловлено как характером выборки (комические объявления предполагают наличие некоторой экспрессии), стремлением адресанта снять эмоциональный барьер у адресата и достичь поставленной цели, так и стремлением сделать объявление заметным в условиях насыщенной информационной среды. При этом важно отметить, что эмоционально-экспрессивная функция реализуется не только лексически (*Друзья-сороконожки!; Товарищи! Люди и собаки!* и др.), но и с помощью графических средств: восклицательных знаков, текста, написанного в верхнем регистре (*Дорогие друзья!!!; Дорогие ГОСТИ; Уважаемый продавец ПИРОГОВ!* и др.), контекстуальной иронии (*Уважаемые курильщики! Огромная просьба, умирайте на улице!; Люди! Если вы люди, кто нашел кастрюлю со щами, пожалуйста, позвоните по …*). В приведенных примерах официальное по форме обращение *Уважаемые курильщики!* контрастирует с агрессивным содержанием самой просьбы (*Огромная просьба, умирайте на улице!*), подчеркивая саркастичный характер обращения; в случае второго обращения *Люди!* ироничный контраст строится на противопоставлении пафосного воззвания к человечности и приземленной, бытовой цели (поиск кастрюли со щами (*Если вы люди, кто нашел кастрюлю со щами, пожалуйста, позвоните по …*)).

Оценочно-характеризующая функция реализована в 60 % объявлений, что связа с отсутствием потребности адресанта точно идентифицировать адресата через качественную оценку внешности либо личности.

Таким образом, в результате проведенного исследования было выявлено, что обращения в некоммерческих комических объявлениях занимают начальную позицию, что способствует эффективному отбору адресатов, примерному определению темы объявления. Существующая типология обращений Е. В. Голубевой и соавторов была детализирована путем введения нового типа обращений – обращение к социальным группам, объединенным приписываемой внутригрупповой ответственностью. Нововведенный тип обращений получил наибольшую представленность в исследованном материале. Обращения к широкой аудитории, по демографическому признаку и обращения-описания получили статистически сопоставимое воплощение, их меньшая репрезентативность по сравнению с обращениями к другим социальным группам связана с их функциональной ограниченностью. Кроме того, вывялено, что рассматриваемые обращения полифункциональны, поскольку они призваны решать несколько коммуникативных задач одновременно.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Eisend, M. A Meta-Analysis of Humor in Advertising / M. Eisend // Journal of the Academy of Marketing Science. – 2009. – Vol. 37. – P. 191 – 203.

2. Núñez-Barriopedro E. The Effectiveness of Humor in Advertising: Analysis from an International Scope / E. Núñez-Barriopedro, K. Goralczyk, B. Tobar-Pesántez // Academy of Strategic Management Journal. – 2019. – Vol. 18, Issue 4. – P. 1 – 11.

3. Голубева, Е. В. Типы обращений и их национально-культурная специфика / Е. В. Голубева, З. М. Ахмадова, В. Ш. Расумов // Вестник КалмГУ. – 2020. – №2 (46). – С. 78 – 84.

4. Кожухова, Л. В. Обращение как индикатор характера социальных и межличностных отношений : структурно-семантический и функциональный аспекты : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Кожухова Людмила Васильевна; Ставроп. гос. ун-т. – Ставрополь, 2009. – 22 с.

5. Хрущева, Е. А. Национально-культурная основа анекдота : сопоставительный анализ английского, французского и русского языков : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Хрущева Евгения Александровна; Моск. гос. обл. ун-т. – Москва, 2009. – 28 с.

6. Щербинина, И. В. Коммуникативная сущность обращений как средства общения в языкознании : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Щербинина Инна Владимировна; Кубан. гос. ун-т. – Краснодар, 2007. –19 с.

ADDRESSING THE RECIPIENT IN NON-COMMERCIAL HUMOROUS ADVERTISEMENTS

T. A. Kravtsova

Belarusian State University of Foreign Languages

Minsk, Belarus, tatyana-kravcova-2011@mail.ru

The article is devoted to the study of address forms in non-commercial comic advertisements. The analysis showed that address forms in this type of text occurs in the initial position, which is explained by pragmatic purposes. The typology created by E. V. Golubeva and the co-authors is used to study the types of address (addresses to everyone, addresses using full name, addresses indicating age/gender, addresses indicating profession, addresses indicating kinship, descriptive addresses, addresses indicating relationships). In the course of the research an additional type of address was introduced – address to other social groups, sharing the responsibility. The study also demonstrated the polyfunctional nature of address forms in non-commercial comic advertisements.

Keywords: advertisement; non-commercial advertisement; address form; typology and functions of address forms.

УДК 378.147.016:81’255.2:6

РОЛЬ И СТРУКТУРА КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПРОФИЛЯ СОВРЕМЕННОГО ИНЖЕНЕРА

М.Н. Липская
Белорусский государственный университет транспорта,
Гомель, Республика Беларусь, marilipskaya@gmail.com

В статье рассматривается коммуникативная компетентность как ключевой элемент профессионального профиля современного инженера в условиях глобализации и межкультурного взаимодействия. Автор анализирует структуру данной компетентности, включая стилистическую гибкость, конфликт-регулирующую функцию и межкультурную сенситивность. На примере моделей Э. Холла и Г. Хофстеде демонстрируются типичные коммуникативные сбои в международных инженерных проектах и предлагаются стратегии их предотвращения. Особое внимание уделяется формированию практических навыков, обеспечивающих эффективное взаимодействие в распределённых и гетерогенных профессиональных средах.

Ключевые слова: коммуникативная компетентность; инженерное образование; межкультурная коммуникация; soft skills; профессиональный профиль; модели Холла и Хофстеде; управление проектами.

Динамичный характер современной инженерной деятельности, характеризующийся короткими циклами разработки, agile-методологиями и работой в распределенных виртуальных командах, предъявляет к выпускникам технических вузов ряд специфических требований. Помимо глубоких предметных знаний, от будущего специалиста требуется развитая коммуникативная готовность, включающая: способность к быстрой социально-профессиональной адаптации в меняющихся условиях, умение эффективно встраиваться в уже сформированные трудовые коллективы и регулировать межличностные и деловые отношения в процессе совместной деятельности. На производственной площадке инженер ежедневно оперирует значительными массивами информации — технической документацией, проектными спецификациями, отчетами, инструкциями, протоколами совещаний. Качественная обработка, анализ, синтез и передача этой информации невозможны без сформированного комплекса коммуникативных компетенций, которые обеспечивают точность, однозначность и своевременность коммуникативных актов.

Интернационализация экономики и исследовательской деятельности вывела на первый план еще один ключевой компонент — иноязычную коммуникативную компетентность. Квалификационные требования к кандидатам на руководящие инженерные должности все чаще включают владение иностранным языком (как правило, английским как языком международного общения) на уровне, достаточном для прямого профессионального диалога с зарубежными коллегами, ведения переговоров, презентации проектов и работы с технической документацией. Этот тренд находит отражение в корпоративной практике: большинство технологических компаний поддерживают полноценные англоязычные версии своих вебсайтов, порталов и внутренних систем, что делает английский язык рабочим инструментом [5].

Синтез лингвистической подготовки и развития гибких навыков (soft skills) формирует комплекс ключевых лингво-коммуникативных компетенций, необходимых современному инженеру. На основе анализа требований работодателей и

учебных программ ведущих технических вузов [4] можно выделить следующую структурированную систему данных компетенций:

1. Стилистическая и речевая гибкость. Владение дифференциацией основных особенностей официального (формального) и неофициального (неформального) регистров общения и умение адекватно переключаться между ними в зависимости от коммуникативной ситуации (доклад на конференции, общение с подчиненным, обсуждение в проектной группе).

2. Этикетная грамотность. Способность корректно использовать формулы речевого этикета в устной и письменной коммуникации (приветствие, обращение, прощание, поздравление, выражение благодарности, извинения, просьбы), что является базисом для построения уважительных и продуктивных профессиональных отношений.

3. Социально-адаптивная коммуникация. Готовность и способность устанавливать и поддерживать коммуникативный контакт в общей и профессиональной сферах, в том числе в условиях гетерогенной среды. Это предполагает учет и уважение социальных, возрастных, гендерных, этнонациональных и религиозных особенностей собеседников для предотвращения недопонимания и формирования инклюзивной атмосферы.

4. Конфликт-регулирующая компетенция. Обладание знаниями и стратегиями, позволяющими выявлять потенциальные источники коммуникативных конфликтов, предотвращать их эскалацию или грамотно разрешать возникшие споры, переводя деструктивное противостояние в конструктивное русло поиска решений.

5. Межкультурная сенситивность. Наличие четких представлений об этнокультурных нормах, ценностях, табу и моделях невербального поведения, принятых в инокультурном социуме. Владение типичными сценариями взаимодействия и международным деловым этикетом для эффективного поведения в ситуациях кросс-культурного общения: во время деловых переговоров, приема зарубежных делегаций, работы в международной команде или зарубежной командировки [6, с. 88].

6. Моделирование межкультурного диалога. Умение прогнозировать потенциальные точки непонимания в общении между представителями различных культур и групп, а также оптимально выстраивать вербальную и невербальную стратегию коммуникации для минимизации рисков и достижения взаимопонимания.

Развитие межкультурной сенситивности (intercultural sensitivity) является не абстрактным гуманитарным компонентом, а прагматической необходимостью для инженера, работающего в глобализированной среде. Эффективное кросс-культурное взаимодействие требует выхода за рамки простого знания этикетных формул и предполагает понимание глубинных культурных кодов, определяющих восприятие времени, власти, неопределенности и способов коммуникации.

Для системного анализа потенциальных зон непонимания в инженерной практике наиболее релевантны следующие модели:

1. Контекстуальная модель Эдварда Холла делит культуры на высоко- и низкоконтекстные. В низкоконтекстных культурах (США, Германия, Швейцария, Скандинавия) информация передается в основном через явные, вербализованные коды: детальные контракты, четкие технические задания (ТЗ), прямые высказывания. В высококонтекстных культурах (Япония, Китай, Россия, арабские страны) огромная доля смысла заключена в контексте: неформальных отношениях, имплицитных ожиданиях, невербальных сигналах, статусе собеседника.

2. Измерения культуры Герта Хофстеде предоставляют количественные индикаторы по шкалам, критически важным для управления проектами:

- Дистанция власти (Power Distance Index - PDI). Высокий показатель (Россия, Малайзия, Китай) означает иерархичность, принятие решений «сверху», ожидание четких инструкций. Низкий показатель (Дания, Израиль, Австрия) предполагает плоские структуры, ожидание участия в обсуждении, неформальное общение с руководителем.
- Избегание неопределенности (Uncertainty Avoidance Index - UAI). Высокий показатель (Япония, Германия, Франция) отражает стремление к минимизации рисков через детальные правила, планы, стандарты (например, строжайшее следование ГОСТ, DIN, ISO). Низкий показатель (Сингапур, Великобритания) допускает большую гибкость, адаптацию правил «по ситуации», толерантность к неоднозначным формулировкам в ТЗ.

Приведем конкретные примеры коммуникативных сбоев в инженерной практике.

Ситуация 1: Японский инженер-поставщик на вопрос немецкого менеджера проекта «Сможете ли вы выполнить этот этап к пятнице?» отвечает «Да, я постараюсь» или «Это будет сложно, но мы рассмотрим». В японской (высококонтекстной) культуре прямое «нет» начальнику или партнеру грубо, поэтому ответ носит условный характер, фактически означая «нет» или «маловероятно». Немецкая сторона (низкоконтекстная культура) воспринимает ответ как твердое обязательство. В пятницу этап не выполнен, проект сорван, возникает конфликт на почве «ненадежности».

Решение для инженера: Работая с высококонтекстными культурами, необходимо «считывать» косвенные сигналы: паузы, общие фразы, отсутствие конкретных деталей. Ключевые вопросы нужно переформулировать: «Какие конкретные препятствия вы видите?», «Какой реалистичный срок с учетом всех сложностей?», фиксируя договоренности в письменном виде (протокол встречи) для однозначной трактовки.

Ситуация 2: Российский руководитель инженерного отдела (высокая дистанция власти) в совместном проекте со шведской командой (низкая дистанция власти) проводит технический брифинг и в конце спрашивает: «Все ли понятно? Есть ли вопросы?». В ответ — молчание. Российский специалист воспринимает это как согласие и понимание. Однако молодой шведский инженер заметил критическую ошибку в расчетах, но не стал ее озвучивать публично, чтобы «не высовываться» и не ставить под сомнение компетентность старшего по статусу. Ошибка остается невыявленной, что приводит к финансовым потерям на более позднем этапе.

Решение для инженера-руководителя: В межкультурных командах необходимо создавать каналы для анонимной или приватной обратной связи. Вместо общей реплики следует использовать адресные, но неугрожающие вопросы: «Петр, как ты видишь риски по этому узлу?», а также явно поощрять инициативу, заявляя: «В нашей совместной работе для успеха проекта важна любая критика, даже моих решений».

Ситуация 3: Французская компания (высокий UAI) поставляет сложное оборудование для бразильского завода (низкий UAI). Французские инженеры предоставляют исчерпывающее, на 200 страниц, ТЗ, регламентирующее каждый шаг монтажа. Бразильские инженеры на месте, столкнувшись с неучтенной особенностью фундамента, оперативно изменяют процедуру установки, не согласуя изменения с поставщиком, руководствуясь логикой «так будет лучше и быстрее».

Французская сторона, узнав об отклонении от стандарта, аннулирует гарантию на оборудование. Возникает юридический спор.

Решение для инженера: При работе между культурами с разным UAI критически важно заранее согласовывать процедуры управления изменениями. В контракте или протоколе должно быть четко прописано: любые отклонения от утвержденной спецификации должны быть зафиксированы в Change Request и согласованы обеими сторонами в установленные сроки, даже если это кажется излишним бюрократизмом одной из сторон.

Таким образом, формирование межкультурной компетентности инженера должно включать:

1. Знание ключевых моделей культурных различий (Холл, Хофстеде, Тромпенаарс).

2. Умение диагностировать потенциальные зоны конфликта на основе этих моделей при планировании коммуникации в международном проекте.

3. Навык разработки и применения коммуникативных протоколов (правил обратной связи, управления изменениями, проведения совещаний), которые явно компенсируют выявленные культурные различия, превращая потенциальный риск в источник синергии за счет сочетания разных подходов.

Интеграция этого аналитического компонента в подготовку инженеров позволяет перейти от лозунга «нужно знать культуру» к выработке конкретных, проверяемых профессиональных действий, минимизирующих риски и повышающих эффективность международного инженерного сотрудничества.

Таким образом, коммуникативная компетентность современного инженера представляет собой многоуровневую систему, интегрирующую лингвистические, социопсихологические, этикетные и межкультурные компоненты. Она эволюционировала от второстепенного «умения общаться» до критически важного профессионального ресурса, определяющего конкурентоспособность специалиста на глобальном рынке.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Журавлев, А. Л. Коммуникативная компетентность руководителя: диагностика и развитие / А. Л. Журавлев, В. А. Розанова // Организационная психология. – 2015. – Т. 5, № 2. – С. 8–35.

2. Новгородцева, И. В. Формирование коммуникативной компетенции будущих инженеров в процессе профессиональной подготовки в техническом вузе : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / И. В. Новгородцева. – Екатеринбург, 2019. — 218 с.

3. Панфилова, А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : учеб. пособие / А. П. Панфилова. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Знание, 2016. — 495 с.

4. Профессиональный стандарт «Инженер» : утв. приказом М-ва труда и соц. защиты Рос. Федерации от 22.12.2021 № 920н // Официальный интернет-портал правовой информации. — Режим доступа: http://pravo.gov.ru. — Дата доступа: 15.10.2023.

5. Солдатова, Л. А. Английский язык как инструмент международной коммуникации в инженерном сообществе / Л. А. Солдатова // Высшее образование в России. — 2020. — Т. 29, № 7. – С. 153–160. — DOI: 10.31992/0869-3617-2020-29-7-153-160.

6. Холл, Э. Т. За пределами культуры / Э. Т. Холл ; пер. с англ. Т. Н. Лифановой. — Москва : Юрайт, 2021. — 254 с. — (Антология мысли).

7. Яковлева, Е. Л. Формирование межкультурной компетенции у студентов технических направлений: методический аспект / Е. Л. Яковлева // Вестник Томского государственного педагогического университета. — 2022. — № 3 (228). — С. 84–91.

8. Hofstede, G. Cultures and Organizations: Software of the Mind. Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival / G. Hofstede, G. J. Hofstede, M. Minkov. — 3rd Revised Edition. — New York : McGraw-Hill, 2010. — 576 p.
9. Knight, J. Internationalization of Higher Education: A Conceptual View / J. Knight // International Higher Education: A Changing Landscape / ed. by J. Forest, P. Altbach. — Dordrecht : Springer, 2019. — P. 27–42.
10. Tenopir, C. Communication Patterns of Engineers / C. Tenopir, D. W. King. — Hoboken, NJ : Wiley-IEEE Press, 2004. — 296 p. — ISBN 978-0-471-48492-7.

THE ROLE AND STRUCTURE OF COMMUNICATIVE COMPETENCE IN THE FORMATION OF THE PROFESSIONAL PROFILE OF A MODERN ENGINEER

M.N. Lipskaya
Belarusian State University of Transport,
Gomel, Republic of Belarus, marilipskaya@gmail.com

The article examines communicative competence as a key element of the professional profile of a modern engineer in the context of globalization and intercultural interaction. The author analyzes the structure of this competence, including stylistic flexibility, conflict-regulation function, and intercultural sensitivity. Using the models of E. Hall and G. Hofstede, typical communication failures in international engineering projects are demonstrated, and strategies for their prevention are proposed. Special attention is paid to the development of practical skills that ensure effective interaction in distributed and heterogeneous professional environments.
Keywords: communicative competence; engineering education; intercultural communication; soft skills; professional profile; Hall and Hofstede models; project management.

УДК 37.012.7

МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ ДИАЛОГ КАК ПЕРВОСТЕПЕННЫЙ ЭЛЕМЕНТ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Т.В. Московская
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского,
Донецк, ДНР, Россия, mtv1368@bk.ru

Статья посвящена анализу межкультурной коммуникации и аккультурации в современном обществе. Рассматриваются стратегии аккультурации (ассимиляция, сегрегация, сепарация, маргинализация) и их влияние на культурную идентичность. Подчёркивают важность учёта рисков и возможностей межкультурного диалога. Предлагается ряд мер для укрепления социальной консолидации и минимизации конфликтов.
Ключевые слова: межкультурный диалог; сепарация; сегрегация; маргинализация; аккультурация; культурный код.

Коммуникация представляет собой явление культуры и одну из её ключевых форм, в основе которой лежат культурные ценности и нормативные установки, которые служат фундаментом для определения форм поведения и существования человека.

В современном мире бытует множество разнообразных культур, которые по ряду причин находятся в постоянном диалоге. Элементы инокультурного происхождения проникают в локальное информационное поле, часто ассимилируются и становятся материалом для культурного творчества. При этом возможны два век-

тора развития: сохранение самобытности культуры-реципиента и аккультурации, когда происходит принятие ценностной иерархии культуры-донора.

Какая из моделей будет реализована, зависит от совокупности детерминант, среди которых ключевую роль играют добровольность выбора реципиента, степень комплементарности культур, политический контекст взаимодействия, а также индивидуальные характеристики участников процесса и иные ситуативные обстоятельства.

Понятие «аккультурация» как одной из форм межкультурной коммуникации было впервые введено в научный оборот в 1880 г. американским этнологом Дж. Пауэллом, который использовал его для описания процесса возникновения культурного сходства в результате взаимодействия различных этнических сообществ. Первые попытки теоретического осмысления этого феномена были предприняты американским этнографом Ф. Боасом и австрийским исследователем Р. Турнвальдом [4, с. 212].

Изначально феномен аккультурации изучался преимущественно на макроуровне, как характеристика межгруппового взаимодействия. Однако современная наука сместила фокус на микроуровень, анализируя психологические и поведенческие изменения на уровне отдельной личности. Ключевым стало понимание дуальности задач, стоящих перед индивидом: сохранение этнокультурной идентичности и адаптация к принимающему обществу. Различные комбинации этих векторов адаптации формируют четыре классические стратегии аккультурации: ассимиляцию, сегрегацию, сепарацию и маргинализацию.

Влияние культуры-донора на реципиента приводит к изменению его ценностных ориентиров. При ассимиляции происходит полная утрата собственной культурной идентичности и замещение её нормами и ценностями донора. При адаптации формируется гибридная модель, где заимствованные нормы гармонично синтезируются с традиционными, уже существующими.

Сегрегация представляет собой принудительное разделение общества на обособленные группы на основе таких критериев, как расовая принадлежность, этническое происхождение или вероисповедание. Данная практика приводит к созданию иерархической системы, в которой доминирующая группа наделяется расширенными правами и привилегиями, в то время как остальные подвергаются дискриминации, что является источником системного социального неравенства. Сегрегация – это прямое нарушение прав человека, которое неизбежно ведёт к дискриминации. В большинстве стран современного мира подобная практика запрещена законом, и ведётся активная борьба с её проявлениями.

Проблема сегрегации наций и расовых групп продолжает быть одной из ключевых социальных дилемм. Сегрегация проявляется как в явных, открытых формах в ряде государств, так и, что представляет значительно большую угрозу, в латентном виде. Скрытая сегрегация характеризуется формальным юридическим равенством граждан при фактическом отчуждении и изоляции отдельных групп по различным признакам. Ключевой особенностью такой формы дискриминации является сложность, а зачастую и невозможность, её правовой фиксации и затруднительность доказательной базы. К сожалению, сегодня наблюдаются случаи сегрегации русских в некоторых недружественных России европейских странах. М.В. Баканова отмечает, что граждане РФ за рубежом лишены доступа к бесплатному образованию, медицине, трудоустройству, социальным выплатам и пенсиям из-за административных барьеров, нарушается избирательное право и допускаются другие дискриминационные факты [1, с. 34-35].

Исторически сохранение культурной идентичности любого этноса достигается двумя путями: через сепарацию – стратегию, при которой полностью отвергается чужая культура, или через маргинализацию – социокультурный процесс, характеризующийся утратой исходной культурной идентичности и отсутствием интеграции в новую культурную систему, что, как правило, обусловлено отторжением или дискриминацией со стороны доминирующего общества.

Следует различать понятия сепарации и межкультурного диалога. Сепарация предполагает культурную изоляцию и минимизацию внешних контактов, в то время как межкультурный диалог основан на принципах сотрудничества, обмена знаниями и поиска взаимопонимания.

Интенсивность и эффективность межкультурной коммуникации, а также длительность контактов и открытость их участников являются ключевыми факторами, способствующими взаимопроникновению культур. Важно подчеркнуть, что в современных условиях принуждение к культурной ассимиляции встречается редко. Обширный собственный культурный капитал служит фундаментом для сохранения национальной самобытности, позволяя при этом интегрировать новые элементы без утраты идентичности.

Межкультурный диалог выступает катализатором развития контактирующих культур и способствует актуализации их глубинных смыслов. Вместе с тем, данный процесс сопряжён с рисками искажённого толкования культурного наследия и его целенаправленной инструментализации.

Многонациональное общество имеет риски, сопряжённые с комплексом системных вызовов, к которым относятся: эскалация межэтнических и межконфессиональных конфликтов вследствие ценностных расхождений, риск культурной изоляции меньшинств на фоне трудностей ассимиляции, коммуникационные барьеры, препятствующие социальной мобильности мигрантов, а также проявления дискриминации, ограничивающие равный доступ к социально значимым ресурсам – образованию, медицине, достойному трудоустройству.

Н.С. Чернякова противопоставляет поликультурность сепаратизму как абсолютному злу и выделяет среди рисков «омассовление» культуры как «признак деградации социокультурного бытия» [6, с. 85-86].

Считаем целесообразным внедрение комплексных мер, направленных на укрепление социальной консолидации и минимизацию конфликтного потенциала в поликультурной среде. К таким мерам следует отнести:

1) нормативно-правовое регулирование, направленное на обеспечение гарантий прав этнических и религиозных меньшинств, противодействие дискриминации и формирование единого правового поля для всех граждан;

2) усиление языковой политики в части права на сохранение родного языка;

3) интеркультурное образование, представляющее собой систему образовательных практик, нацеленных на формирование у обучающихся установок толерантности и уважения к культурному многообразию;

4) популяризация культурного наследия как продвижение каждой этнической культуры через мероприятия и медиапроекты для развития межкультурного диалога.

Изучая возможность сбалансированности межэтнического взаимодействия, Н.В. Михайлова приходит к выводу, что межкультурный диалог представляет собой коммуникативный процесс, в ходе которого происходит взаимообмен уникальными информационными кодами, присущими каждой этнокультурной общности. Ключевым условием эффективности такого диалога выступает когнитив-

ная компетентность индивида, возможность рефлексии над уникальностью и ценностью как собственной, так и иноэтнической культурной информации [3, с. 922].

Тин У особое внимание уделяет вопросам языковой политики, которые в российском контексте приобретают особую актуальность, поскольку языковая политика в свете последних политических событий напрямую связана с сохранением национальной идентичности и может оказывать влияние на государственную безопасность [5, с. 321].

Глобальное распространение американской культуры («культурная экспансия») прослеживается во всех сферах общественной жизни, затрагивая как личность, так и фундаментальные элементы структуры культуры, что является ярким примером реализации аккультурации. Этот процесс заключается не просто в трансфере артефактов, но в попытке инсталлировать собственный культурный код, перекодировать культурное пространство и утвердить собственную модель мироустройства в качестве универсальной. Американизация, для которой характерна ориентация на потребление, сопровождается глобальным распространением массовой культуры, фундаментом которой являются принципы стандартизации, серийного производства, явлений, когда логика и методы, характерные для сетей быстрого питания, начинают определять развитие и функционирование других социальных институтов и областей жизни.

Подобные процессы не могут бесконечно приниматься российским обществом. В.Э. Войлошникова отмечает, что в настоящее время наблюдается интенсивная трансформация глобальной геополитической и геоэкономической мировой структуры, явственно прослеживается тенденция перераспределения мировых финансовых потоков в пользу Восточной Азии, что сопровождается снижением доминирующей роли Европы и Америки. Активно развиваются экономические взаимоотношения Российской Федерации с Китаем, Индией, Ираном, Республикой Корея, странами Латинской Америки и государствами-партнёрами по СНГ [2, с. 83].

В сегодняшней России как поликультурном обществе межкультурная коммуникация выступает фундаментальным компонентом общественного развития. Её суть заключается в равноправном взаимодействии культур, основанном на уважении, поиске взаимопонимания и взаимном непрерывном межэтническом обогащении. В процессе общения активно взаимодействуют различные языковые личности, обладающие уникальными ментальными и культурными характеристиками.

Таким образом, считаем обоснованным интерпретировать понятие «аккультурация» как совокупность процессов, связанных с усвоением или отторжением новых культурных элементов и перестройкой исходной культурной системы. Стратегия интеграции предполагает одновременное поддержание культурной самобытности и активное участие в межкультурных контактах. В основе ассимиляции лежит стремление к активному взаимодействию с доминирующей культурой при отказе от сохранения собственной идентичности. Сепарация характеризуется ориентацией на сохранение исходной культуры и минимизацией контактов с внешним окружением. Маргинализация описывает состояние индивида, который утратил связь со своей культурой (вследствие её подавления или потери) и не включён в социальные структуры принимающего общества, что часто является результатом исключения или дискриминации.

В России принята диалоговая модель аккультурации. Именно равноправный диалог между культурами позволяет России оставаться единым и сильным госу-

дарством в современном мире. Когда представители разных национальностей с уважением относятся друг к другу и стремятся к взаимопониманию, происходит взаимообогащение, что помогает решать общие задачи. Интеграция различных этносов, выстраивание общекультурной парадигмы, поддержание смыслов, присущих отдельным этносубъектам, борьба с дискриминацией и гарантия равноправия для всех граждан – фундаментальные задачи, стоящие перед Россией как поликультурным государством.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Баканова, М.В. Территориальный фактор сегрегации российских граждан, проживающих за рубежом / М.В. Баканова // Наука. Культура. Общество. – 2021. – №2.- С. 30-38. – DOI 10.19181/nko.2021.27.2.3.

2. Войлошникова, В.Э. Межкультурное образование как основа коммуникативного профессионального образования / В.Э. Войлошникова, Т.В. Московская // Лингвистические и лингводидактические проблемы высшей школы : Материалы Всероссийской научно-методической конференции, Санкт-Петербург- Петергоф, 26 апреля 2024 года. – Санкт-Петербург- Петергоф: Военная академия материально-технического обеспечения им. генерала армии А.В. Хрулева, 2024. – С. 82-88. – EDN FCEMEE.

3. Михайлова, Н.В. Межкультурная коммуникация и межкультурный диалог в жизни современного человека: к постановке проблемы / Н.В. Михайлова // Гуманитарное пространство. – 2019. – №7. – С. 921-926.

4. Сокольская, Л.В. Генезис понятия «аккультурация» в истории научного дискурса XIX–XXI вв. / Л.В. Сокольская, А.С. Валентонис // Диалог со временем. – 2019. – Вып. 67. – С. 212-228.

5. У, Т. Основные тенденции развития языковой политики России / Тин У // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. – 2024. – №3. – С. 320-326. – DOI: 10.22363/2312-8313-2024-11-3-320-326.

6. Чернякова, Н.С. Поликультурность как качество социальной системы / Н.С. Чернякова // Культура и цивилизация. – 2020. – Том 10. – № 2А. – С. 82-88. – DOI: 10.34670/AR.2020.74.62.009.

INTERCULTURAL DIALOGUE AS A PRIORITY ELEMENT OF COMMUNICATION IN THE MODERN WORLD

T.V. Moskovskaya
Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky
Donetsk, DPR, Russia, mtv1368@bk.ru

The article is devoted to the analysis of intercultural communication and acculturation in modern society. It examines the strategies of acculturation (assimilation, segregation, separation, and marginalization) and their impact on cultural identity. The article emphasizes the importance of considering the risks and opportunities of intercultural dialogue. It also proposes a set of measures to strengthen social consolidation and minimize conflicts.

Keywords: intercultural dialogue; separation; segregation; marginalization; acculturation; cultural code.

УДК 811

CULTURAL SOURCE IMBALANCE IN JUNIOR HIGH ENGLISH TEXTBOOKS

Mei Yuling
Belarusian State University, Faculty of Philology
Minsk, Belarus, 619540665@qq.com

This study examines the distribution of cultural sources in junior high school English textbooks. Based on an analysis of five volumes of the "Go for it!" textbook, a significant dominance of English-speaking countries' culture is identified. Native Chinese culture and international culture are found to be underrepresented. This distribution fails to support bidirectional intercultural communicative competence.

Keywords: intercultural communication; English textbooks; cultural imbalance; cultural sources.

The present study investigates how different cultural sources are represented in a widely used junior high school English textbook series in China. The theoretical basis for this investigation comes from two interconnected frameworks. The first is Kachru's "Three Concentric Circles" model, which divides English-using countries into the Inner Circle (native-speaking countries), the Outer Circle (English as an official language), and the Expanding Circle (English as a foreign language) [1]. Based on this classification, cultural content in English textbooks can be categorized into three sources: target language culture (Inner Circle countries), native culture (the learner's own country), and international culture (Outer and Expanding Circle countries excluding the learner's own) [2].

The second framework is Byram's model for evaluating cultural content in teaching materials. This model breaks down cultural content into eight categories: social identity and social groups, social interaction, beliefs and behaviors, social and political systems, socialization and life circle, national history, national geography, and cultural stereotypes and national identity [3]. The present study adopts this classification system for data collection and analysis.

The research subject is the "Go for it!" junior high school English textbook series published by People's Education Press (2024 edition). The series consists of five volumes: two volumes for Grade 7, two volumes for Grade 8, and one volume for Grade 9. All content across the five volumes was examined for cultural elements. Following Byram's classification framework, each instance of cultural content was coded by source into one of three categories: native culture (Chinese culture), target language culture (cultures of Inner Circle countries), and international culture (cultures of Outer and Expanding Circle countries other than China) [3]. The textbook content was divided into five sections for analysis: Listening and Speaking, Reading, Reading for Writing, Grammar Focus, and Self-check.

The findings reveal a clear imbalance in the distribution of cultural sources. Target language culture accounts for the majority of cultural content in the five textbooks. Native Chinese culture appears considerably less frequently. International culture represents the smallest proportion among the three sources. Specifically, the data show that students are exposed to English-speaking country culture more than twice as often as they encounter their own cultural heritage. The cultures of Outer and Expanding Circle countries — such as India, Singapore, Japan, and Russia — are severely underrepresented.

Examples of target language culture appear most frequently in sections dealing with social interaction, festival celebrations, and daily life in Western countries. These include descriptions of Western dining customs, etiquette at social gatherings, traditional holiday celebrations, and typical daily activities in English-speaking countries. Examples of native Chinese culture include traditional Chinese festivals such as the Dragon Boat Festival and the Mid-Autumn Festival, folk tales such as the story of Yu Gong Moving the Mountains, and traditional cultural elements such as tea, kites, lanterns, paper-cutting, and clay sculpture. Examples of international culture include references to cultural symbols of Thailand and India, natural geographic features of various countries, and global environmental issues.

The distribution of cultural content across textbook sections is also uneven. The Reading section contains the most cultural material, followed closely by the Listening and Speaking section. The Reading for Writing section accounts for a smaller proportion. The Grammar Focus and Self-check sections contain the least amount of cultural content. This pattern indicates that cultural content is concentrated in input-oriented sections rather than in sections designed for student production or self-assessment.

The dominance of target language culture observed in this textbook reflects a broader pattern documented in previous research. Studies have shown that Inner Circle countries' cultures continue to occupy a central position in many ELT textbooks worldwide, while Outer and Expanding Circle cultures remain on the periphery [4]. This pattern is problematic for several reasons.

First, the imbalance contradicts the goals of intercultural communicative competence (ICC). ICC requires learners to mediate between their own culture and other cultures, not merely to absorb target language culture passively [5]. When the textbook presents English-speaking country culture as the default or most important cultural content, students may internalize the assumption that learning English is primarily about adopting Western cultural norms. This undermines the development of critical cultural awareness, which Byram identifies as a central component of ICC [3].

Second, the underrepresentation of native Chinese culture contributes to what researchers have called "Chinese Cultural Aphasia" — a phenomenon where students can express Western cultural concepts fluently in English but struggle to describe their own traditional culture in the target language [6]. The English curriculum standards explicitly state that students should "inherit and promote excellent traditional Chinese culture" [7]. The current textbook does not adequately support this goal, as students may learn to describe Thanksgiving or Halloween in detail but lack the vocabulary and cultural knowledge to explain Chinese festivals in English.

Third, the limited presence of international culture restricts students' exposure to the diversity of English-using contexts around the world. English today functions as a global lingua franca, used by speakers from a wide range of linguistic and cultural backgrounds [4]. Students need to encounter English as it is used in Outer Circle countries, not only as it is used in Inner Circle countries. A textbook that focuses primarily on Western cultural content presents an outdated picture of English as a language owned by its native speakers.

From the perspective of second language acquisition theory, the concentration of cultural content in reading and listening sections means that students receive cultural input but have relatively few opportunities for cultural output. According to Swain's Output Hypothesis, language production serves three important functions: the noticing function, which prompts learners to recognize gaps in their knowledge; the hypothesis-testing function, which allows learners to experiment with language use; and the metalinguistic

function, which enables learners to reflect on their own output [8]. Without adequate opportunities to produce cultural content in speaking and writing tasks, students may struggle to internalize and apply their cultural knowledge.

Several recommendations follow from these findings. For textbook compilers, a more balanced selection of cultural sources is needed. The proportion of native Chinese culture should be increased, particularly in sections dealing with traditional festivals, historical figures, and cultural practices. International culture from Outer and Expanding Circle countries should receive greater attention to reflect the global nature of English today. For classroom teachers, the textbook should not be treated as the sole source of cultural content. Teachers can supplement the textbook with materials on Chinese culture and international culture, design comparative activities that encourage students to reflect on cultural similarities and differences, and provide output opportunities where students practice expressing their own cultural knowledge in English.

This study has limitations. It focuses on a single textbook series, and the findings may not generalize to other textbooks used in different regions. Future research could compare multiple textbook series and examine how teachers actually use cultural content in the classroom. Despite these limitations, the study provides empirical evidence of a persistent imbalance in cultural source distribution and offers a basis for improving the design of English language teaching materials.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Kachru, B. B. Standards, codification and sociolinguistic realism: The English language in the outer circle / B. B. Kachru // English in the World: Teaching and Learning the Language and Literatures. — Cambridge University Press, 1985. — P. 11–36.

2. Ishchuk, A. A., Ishchuk, O. M. Cross-cultural business communication: a linguistic and cognitive perspective / A. A. Ishchuk, O. M. Ishchuk // Scientific Journal of National Pedagogical Dragomanov University. Series 9. Current Trends in Language Development. — 2023. — № 26. — P. 32–41.

3. Byram, M. Language awareness and (critical) cultural awareness-relationships, comparisons and contrasts / M. Byram // Language Awareness. — 2012. — Vol. 21, No. 1-2. — P. 5–13.

4. Zhang, H., Li, X., Chang, W. Representation of cultures in national English textbooks in China: a synchronic content analysis / H. Zhang, X. Li, W. Chang // Journal of Multilingual and Multicultural Development. — 2024. — Vol. 45, No. 8. — P. 3394–3414.

5. Alptekin, C. Towards intercultural communicative competence in ELT / C. Alptekin // ELT Journal. — 2002. — Vol. 56, No. 1. — P. 57–64.

6. Gandana, I., Parr, G. Professional identity, curriculum and teaching intercultural communication: An Indonesian case study / I. Gandana, G. Parr // Language Culture and Curriculum. — 2013. — Vol. 26, No. 3. — P. 229–246.

7. Feng, W. D. Infusing moral education into English language teaching: An ontogenetic analysis of social values in EFL textbooks in Hong Kong / W. D. Feng // Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education. — 2019. — Vol. 40, No. 4. — P. 458–473.

8. Swain, M. Three functions of output in second language learning / M. Swain // Principle and Practice in Applied Linguistics: Studies in Honour of H. G. Widdowson. — Oxford University Press, 1995. — P. 125–144.

КУЛЬТУРНЫЙ ДИСБАЛАНС В УЧЕБНИКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ДЛЯ СРЕДНЕЙ ШКОЛЫ

Мэй Юйлин

Белорусский государственный университет, филологический факультет
Минск, Беларусь, 619540665@qq.com

В статье анализируется распределение культурных источников в учебниках английского языка для средней школы. На основе анализа пяти томов учебника «Go for it!» выявлено значительное преобладание культуры англоязычных стран. Родная китайская культура и международная культура представлены в недостаточном объёме. Такое распределение не способствует формированию двусторонней межкультурной коммуникативной компетенции.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация; учебники английского языка; культурный дисбаланс; источники культуры

УДК 37.013.75

КУЛЬТУРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ

О.Н. Нарыкова
Курский государственный университет,
Россия, olganarykova@mail.ru

В статье автор раскрывает причины возникновения стереотипов в межкультурном общении людей, в том числе в контексте реализации их иноязычного образования и дальнейшей профессиональной деятельности. Приводятся причины, по которым стереотипизация может приводить к национальной напряженности или конфликтам. Актуальность материала статьи заключается в разработке методов преодоления культурных стереотипов в коммуникации, например посредством воспитания толерантного отношения обучающихся к истории и традициям народа носителя изучаемого языка.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация; кросс-культурная адаптация; навыки иноязычного общения; культурные стереотипы; межкультурная осведомлённость.

Интенсификация процессов глобализации и интеграции во всех сферах общественного развития обуславливает естественную потребность и необходимость тщательного исследования проблемных вопросов связанных с формированием и совершенствованием навыков межкультурной коммуникации и кросс-культурной адаптации обучающихся на этапе их профессиональной подготовки.

Практика показывает, что современные молодые специалисты демонстрируют осознанную заинтересованность в развитии своих личностных способностей к установлению и поддержанию отношений профессионального сотрудничества с людьми разных национальных групп и этнических сообществ, с целью совместного оперативного решения поставленных производственных задач и успешной творческой реализации коллективно задуманных международных проектов [1, с. 550].

Тем не менее, даже несмотря на прогрессивные возможности современных технологий коммуникации и международного взаимодействия, люди вовлечённые в процесс организации и оптимизации межкультурного диалога в рамках развития навыков межкультурной компетенции, рано или поздно сталкиваются с проблемами недопонимания и нарушения объективного восприятия ситуаций вербального и невербального общения со стороны представителей зарубежных сообществ, которые выступая в роли прямых деловых партнёров между тем не теряют своей национальной специфики поведения в ситуациях взаимодействия с другими субъектами, являющимися приверженцами зачастую абсолютно иных мировоззренческих установок и социальных устоев. Ситуация особенно осложняется если практикуемые собеседником в общении модели и образцы поведения представляются

абсолютно несвойственными или недопустимыми в традициях представителей иного контактирующего с ним культурного социума.

Следовательно, при формировании навыков иноязычного общения на этапе профессиональной подготовки преподавателям необходимо уделять особое внимание не только становлению фоновых знаний обучающихся о языке, но и одновременно способствовать развитию их социокультурных и страноведческих знаний. Первостепенную важность должно обрести воспитание осознанного восприятия обучающимися того факта, что формирование базовых представлений каждого человека об окружающей действительности и его поведенческих установок происходит ещё на этапе взросления под влиянием условий конкретного социокультурного пространства [4, с. 118].

Как следствие, представления людей о действительности всегда относительны и зависят от того, в каком культурном сообществе человек воспитывался. Люди, принадлежащие к различным культурам, обладают разным пониманием мира, что делает осознание коммуникативного контекста с единственно возможной правомерной позиции невозможным.

Так или иначе, люди нередко прибегают к бездумному следованию стереотипным суждениям при формировании личного отношения к представителям других контактирующих с ним культур. Представители разных национальных сообществ зачастую игнорирую понимание о том, что всякого рода предубеждения, обусловленные не всегда истинными социальными представлениями, формируются на основе универсальных общих признаков, суть которых может оказаться не только реальной, но зачастую вымышленной и затрагивающей поверхностные поведенческие, религиозные или языковые устои [6, с. 235].

Культурные стереотипы также могут быть формированы на основе сравнения собственной культурной специфики с другими, причём нередко в пользу сложившихся устоев родного сообщества. Так люди могут относиться к представителям взаимодействующих культур, как к менее развитым или менее дисциплинированным субъектам.

Например, при общении с оживленно жестикулирующими во время разговора итальянцами у немцев, привыкших к другому стилю общения, может сложиться стереотип чрезвычайно экспрессивных и неорганизованных людей. Итальянцы в свою очередь приобретут стереотипное суждение о немцах как о холодной и сдержанной нации.

Эти устоявшиеся стереотипные суждения могут быть основаны на некоторых фактах, но не являются при этом универсальными и не должны использоваться для обобщения всех культурных ориентиров отдельно взятой группы людей в целом.

Еще один пример негативного влияния культурных стереотипов на межкультурную коммуникацию можно найти в сфере бизнеса. Например, в Японии существует стереотип о том, что успешный бизнесмен должен быть умеренным и скромным в проявлении своих чувств. В то время как в США успешный бизнесмен может выражать свои чувства, демонстрировать энтузиазм и использовать многие жесты, которые в Японии могут восприниматься как неподходящие. Примером того, как этот стереотип влияет на межкультурную коммуникацию, может быть ситуация, когда американский бизнесмен, работающий с японскими партнерами, проявляет слишком много энтузиазма и эмоциональности, что может привести к недопониманию и неприятию со стороны японских партнеров.

Наоборот, японский бизнесмен, работающий с американскими партнерами,

может не проявлять достаточно энтузиазма и эмоциональности, что может привести к недопониманию и недоверию со стороны американских партнеров.

Легкость и быстрота, с которой американцы знакомятся с людьми, привели к созданию одного из самых распространенных стереотипов, согласно которому "американцы необычайно дружелюбны". Обратной стороной этого стереотипа является также широко распространенное мнение о том, что американская дружба поверхностна и не предполагает преданности и верности [2, с. 23].

Практика научно-экспериментальных исследований проведённых учёными методистами Ю.А. Сорокиной, И.Ю. Марковиной, А.В. Павловским, Н.В. Уфимцевой, В.В. Красных, В.П. Фурмановой, Ю.Е. Прохорова, свидетельствует о том, что проблемы межкультурного недопонимания между людьми и их высокая подверженность стереотипному мышлению в значительной степени обусловлены недостатком имеющегося у людей реального опыта межкультурного взаимодействия.

В своих работах представленные научные деятели подчёркивают, что к основным причинам возникновения коммуникативных барьеров следует отнести отсутствие искренней заинтересованности у большинства обучающихся неязыковых направлений подготовки к освоению новых иностранных языков на профессиональном уровне. Между тем, главным образом именно искажение смысла воспринимаемой субъектами общения транслируемой информации в рамках речевой коммуникации приводит к возникновению разногласий в суждениях и отсутствие желания для совместного поиска компромиссных решений между зарубежными партнёрами, что способствует возникновению открытого неприятия между до недавнего времени открыто контактирующими личностями, представителями разных лингвокультурных сообществ [7, с. 152].

Не менее значимым фактором в возникновении конфликтных ситуаций в общении является разобщённость в социальных и культурных взглядах на жизнь среди контактирующих представителей разных национальных сообществ.

Во избежание появления разногласий, обусловленных недостатком развития навыков межкультурной осведомлённости обучающихся, справедливым решением будет одновременное сосредоточение содержания образовательного процесса в области иноязычного обучения не только на оптимизации стремлений обучающихся к активному совершенствованию навыков иноязычной речевой деятельности, но и непрерывное развитие их общекультурной компетенции, предполагающей развитие знаний обучающихся об основных культурных ценностях и мировоззренческих установках пропагандируемых в социальном окружении народа носителя языка.

Актуальность изучения иностранных языков в современном контексте развития глобальных технологий международного сотрудничества оправдана также тем, что благодаря грамотному речевому взаимодействию и в режиме реального временного контекста представители разных национально-этнических слоёв общества получают равноправную возможность делиться личностным опытом, знаниями и переживаниями друг с другом.

Необходимость развития у обучающихся навыков межкультурной компетенции и воспитание осознанного принятия современной культурной вариативности между народами обусловлена дальнейшими целями и задачами по выстраиванию совместного коллективного сотрудничества на международном уровне с целю решения обоюдно значимых общественных и профессиональных задач.

С другой стороны создание в образовательной практике ситуаций способствующих развитию контекста коллективного взаимодействия и межнационального

сотрудничества в целях взаимного обмена информацией и личностными наблюдениями и служит прочной основой для устранения недопониманий между людьми и смягчения их враждебных наклонностей по отношению друг к другу.

Наивно было бы полагать, что отречение от стереотипов и предрассудков в общении является быстро осуществимым при помощи современных социальных технологий или других коммуникативных методик.

Стереотипы жестко встроены в человеческую систему ценностей, являются ее составной частью, обеспечивающей своеобразную защиту устоявшихся позиций в обществе. По этой причине использование стереотипов имеет место в каждой межкультурной ситуации.

Люди сохраняют свои стереотипы, даже несмотря на противоречащую им действительность, поэтому в ситуациях возможных межкультурных контактов важно уметь эффективно обходиться со стереотипами, то есть осознавать их и уметь от них отказываться перед фактом их несоответствия реальной действительности.

За стереотипами восприятия следуют стереотипные поступки, которые часто оказываются ошибочными. В результате человек, доверившийся прежнему опыту и предубеждениям, все чаще оказывается в неожиданных для него ситуациях, требующих ответного реагирования. В этом случае возможно и весьма вероятно возникновение случаев межкультурной дезориентации [3, с. 122].

Как свидетельствует практика, люди, чья профессиональная деятельность первоочерёдно сосредоточена на аккумуляции опыта реального межкультурного общения быстрее других способны овладеть способностью и ощутить потребность в формировании умения четко и доступно формулировать собственные суждения и при этом внимательно и терпеливо воспринимать мнение собеседника, даже кардинально отличное от их личного взгляда на обстоятельства.

Грамотно выстроенный процесс межкультурной коммуникации, предполагающий искренний и равноправный обмен мнениями между людьми, пусть порой противоречащими друг другу, способен весьма эффективно объединять людей с целью совместного порождения новых профессионально-творческих идей, которые не могли бы возникнуть в более однородной среде [5, с. 118].

Люди, умеющие вести открытый и уважительный диалог друг с другом, преодолевая социально-культурные несоответствия, способны на более высоком качественном уровне разрешать споры путем более быстрого нахождения общих компромиссов. Данное умение высоко ценимо, как в личных отношениях, так и в условиях профессионального сотрудничества, позволяя достичь более продуктивных результатов взаимодействия.

Важно отметить и международные проекты по обмену студентов, где представители разных стран получают возможность обучаться в других культурах, познавая новые языки, традиции и обычаи в реальной среде общения [6, с. 236].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Арипова Ф.Ш. Межкультурная коммуникативная компетенция студентов в условиях глобализации образования / Ф.Ш. Арипова, Г.Н. Давлятова. – Текст: непосредственный // Молодой учёный. – 2022. - № 20 (415). – С. 549-551. – URL: https://moluch.ru/archive/415/91877 (дата обращения: 16.04.2024).

2. Владимирова Л.П. Межкультурная коммуникация в современном мире / Л.П. Владимирова // Успехи современной науки и образования. – 2017. – Т. 4, № 1. – С. 22–24. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28155059 (дата обращения: 16.04.2026)

3. Герасимова И.Е. Дискурс межкультурной коммуникации / И.Е. Герасимова // Языки и культуры : материалы междунар. науч.-практ. конф. – Кострома, 2019. – С. 120–126. -

URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41750160 (дата обращения: 16.04.2026)
4. Ковалева Ю. А. Роль социальных стереотипов в межкультурной коммуникации / Ю. А. Ковалева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 3 (398). — С. 117-119. — URL: https://moluch.ru/archive/398/87994. (дата обращения: 16.04.2026)
5. Одегова О.В. Глобализация языка и культуры: специфика и место в системе глобальных процессов современности / науч. ред. Г.И. Петрова. Томск: Изд. Дом ТГУ, 2017. 168 с.
6. Чунихина Т.Н. Формирование Межкультурной коммуникации в контексте современных образовательных технологий // Современные социальные процессы в контексте глобализации: Сборник материалов III Международной научно-практической конференции, Краснодар, 14 мая 2021 г. – Краснодар : ФГБОУ ВО «КубГТУ», 2021. – С. 235–238.
7. Якушина О.И. Культурное взаимодействие и перспективы реализации межкультурной коммуникации / О.И. Якушина // Коммуникология. – 2017. – Т. 5, № 6. – С. 51–59. - URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32302937 (дата обращения: 16.04.2026)

CULTURAL STEREOTYPES AND THEIR IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF STUDENTS' INTERCULTURAL COMPETENCE

O.N. Narykova
Kursk State University
Kursk, Russia, olganarykova@mail.ru

In the article, the author reveals the causes of stereotypes in intercultural communication, including in the context of their foreign language education and future professional activities. The article also discusses the reasons why stereotyping can lead to national tensions or conflicts. The relevance of the article lies in the development of methods for overcoming cultural stereotypes in communication, such as fostering a tolerant attitude among students towards the history and traditions of the native language.

Keywords: intercultural communication; cross-cultural adaptation; foreign language communication skills; cultural stereotypes; intercultural awareness.

УДК 81’42

АНАЛИЗ СТИМУЛОВ КОНФЛИКТНОГО РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЕВ НА РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Е.В. Пискун
Полесский государственный университет
Пинск, Республика Беларусь, piskun.e@polessu.by

В статье осуществляется анализ стимулов конфликтного речевого поведения в интернет-комментариях на русском, английском и китайском языках. В исследуемых интернет-комментариях были выделены такие стимулы конфликтного речевого поведения, как негативная оценка содержания корневого поста, негативная оценка комментария к посту и поведение виртуальной языковой личности (коммуниканта), а также подсчитан и дан процентный показатель использования данных стимулов в трех лингвокультурах.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, стимул, конфликт, речевое поведение.

Специфика виртуальной коммуникации, несмотря на расширяющиеся технические возможности, остается преимущественно текстовой, и этот текст имеет свои отличительные черты. Повсеместные аграмматизмы, отличные от нормативной аббревиатуры, упрощенность и краткость фразеологических конструкций, заим-

ствования из других языков и др., умноженные на собственно коммуникативные особенности сетевого взаимодействия, – асинхронию, редуцированность невербальных средств, пространственную удаленность участников, речевое поведение участников, темы дискуссий и т. п. все чаще приводят к возникновению конфликтов в сети [1-3].

Целью нашего исследования являлось выявление триггеров появления и развития коммуникативных конфликтов в интернет-комментариях на русском, английском и китайском языках. Для статьи было отобрано более 50 корневых постов, наиболее ярко демонстрирующих наличие конфликта в интернет-комментариях. В процессе анализа отобранных интернет-постов нами было выявлено, что чаще всего триггерами появления конфликта являются: 1) негативная оценка содержания корневого поста; 2) негативная оценка комментария к посту; 3) поведение виртуальной языковой личности. Рассмотрим на примерах (орфография и пунктуация авторов сохранены):

Суть корневого поста состояла в том, что молодую девушку заподозрили в жульничестве на соревнованиях, а именно в том, что ответы давала не она, а ее учитель. Это вызвало бурную реакцию у пользователей, т.к. в Китае теме образования уделяется огромное внимание. Мнение пользователей разделилось: 1) считают девушку талантливой и верят, что она отвечала сама (комментарии 1, 3); 2) обвиняют ее в мошенничестве (2, 4); 3) обвиняют других пользователей в том, что они не верят в талантливых людей (8). Таким образом, корневой пост стал отправной точкой, т.е. триггером к появлению конфликта, развитие которого происходит в дальнейшей цепочке комментариев (5,6,7,8). Каждый комментарий (5-8) заканчивается вопросом, что и является причиной продолжения данного конфликтного общения: *你这么怕中国人才多，居心何在? Nǐ zhème pà zhōngguó réncái duō, jūxīn hézài? 'Почему вы так боитесь, что в Китае так много талантливых людей?'*, *…那他还在一个职高教数学干什么 nà tā hái zài yīgè zhígāo jiào shùxué gànshénme? 'почему он до сих пор преподает математику?'* и др.

Выражение собственного мнения с помощью глаголов *应该 yīnggāi 'следует', 带节奏 dài jiézòu 'подчинять, иметь влияние на кого-либо', 怕 pà 'бояться', 觉得 juédé 'считать, полагать'* приводит к пику / эскалации конфликта. Завершается конфликт подытоживающей фразой.

Стоит отметить, что ярким отличием протекания конфликтной интернет-коммуникации в китайской лингвокультуре от русской и английской является соблюдение речевого этикета (даже в конфликте), а также наличие принципов вежливости, выражающихся не только в выборе соответствующих фраз и лексических единиц, но зачастую в отсутствии бранной, обсценной, инвективной лексики. Сами комментарии являются достаточно информативными, часто наблюдается повторение, обсуждение одной и той же информации.

1) негативная оценка комментария к посту

Корневой пост: « Lovely little lass', 10, mauled to death by XL Bully dog *she boasted about getting» 'Прелестная маленькая девочка, 10 лет, была растерзана до смерти собакой XL Bully, которой она хвасталась'*[1]

(1) Anniesavannah:I bet this dog was abused by its previous owner...this new family innocently took it on. They were probably fed a lot of lies..I personally know so many people who have done this..poor little girl..she sounded like a little angel..Halloween

[1] Ссылка на корневой пост: https://www.mirror.co.uk/news/uk-news/tributes-lovely-little-lass-10-34028742#comments-wrapper

was going on with fireworks as well..this could trigger something off if they are left in a caravan..they also need a lot of walks.. 'Держу пари, что предыдущий владелец издевался над этой собакой... эта новая семья невинно взяла это на себя. Вероятно, им наврали... Я лично знаю так много людей, которые так делали... бедная маленькая девочка... она была как маленький ангел... Хэллоуин тоже был с фейерверками... это могло что-то спровоцировать... им нельзя долго сидеть дома, им также нужно много гулять...'

(2) Encecas Reply to Anniesavannah: Trying to make the case for XL Bullies as family pets? Unbelievable given the news. They're banned for a reason and now we need that ban to be enforced 'Попытка доказать, что XL Bullies - домашние животные? Невероятно, учитывая новости. Они запрещены не просто так, и теперь нам нужно, чтобы этот запрет был реализован'

(3) Mimimoon Reply to Anniesavannah: They are not good family dogs. It is a banned breed for a reason!! They were originally breed that way for their agression and fighting. Poor treatment or fireworks are not the reason!! You cannot excuse it with those reasons. So sad for the little girl and parents have learn not to fly in the face of the ban. Would you take the chance? not me!! 'Они не есть хорошие семейные собаки. Это запрещенная порода не просто так!! Изначально их так разводили из-за их агрессии и драки. Плохое обращение или фейерверки не являются причиной!! Вы не можете оправдать это этими причинами. Так грустно за маленькую девочку, и родители научились не бросать вызов запрету. Вы бы рискнули? Не я!!'

(4) redrascal1:It's already being enforced. Pity we can't ban some people from having children 'Это уже вводится в действие. Жаль, что мы не можем запретить некоторым людям иметь детей'

(5) Marod Reply to Anniesavannah: So many factors caused this sad incident and most, if not all, are down to human behaviour, not just the parents but past owners 'Так много факторов стали причиной этого печального инцидента, и большинство, если не все, связаны с поведением людей, не только родителей, но и прошлых владельцев.'

Корневой пост является триггерным для развития конфликта, т.к. затрагивает острую тему – смерть ребенка. Началом конфликта можно считать комментарий, а точнее его содержание, которое было негативно воспринято другими пользователями. Так, пользователь посчитал, что у собаки было несколько причин совершить это: прошлые хозяева, фейерверки, нахождение в течение длительного времени дома и т.п. Таким образом, данный комментарий спровоцировал дальнейшее развитие конфликта, что можно проследить в следующей цепочке ответных реплик (2-4): *Halloween was going on with fireworks as well..this could trigger something off if they are left in a caravan..they also need a lot of walks 'Хэллоуин тоже был с фейерверками... это могло что-то спровоцировать... им нельзя долго сидеть дома, им также нужно много гулять...'- Trying to make the case for XL Bullies as family pets? 'Попытка доказать, что XL Bullies - домашние животные?' They are not good family dogs. Poor treatment or fireworks are not the reason!! You cannot excuse it with those reasons 'Они не хорошие семейные собаки.Плохое обращение или фейерверки не являются причиной!!*'и др.

Использование негативно-оценочных фраз, как: *It is a banned breed for a reason!!* '*Это запрещено не просто так!!*', *Pity we can't ban some people from having children 'Жаль, что мы не можем запретить некоторым людям иметь детей';* провокации: *Would you take the chance? not me!! 'Вы бы рискнули? Не я!!'*

повышает степень эмоциональности дискуссии, что приводит к эскалации конфликта (комментарии 3-4).

Завершается конфликт комментарием (5), в котором пользователь обобщает все вышесказанные факты и подводит итог.

2) **поведение виртуальной языковой личности (коммуниканта)**, характеризующееся выбором ее коммуникативных стратегий и тактик, соответствующей лексики, речевых, языковых средств и графических средств и др.

Корневой пост: *«Знакомый забрал посылку, „заразился“ порчей и умер». Таролог придумала аферу на 10 тысяч евро»*[2]

Комментарии:

(1) 2vika454555:А что вы ожидаете от людей,которые до сих пор по церквям ходят)По факту те же сказки.

(2) yuliya.cvirko.beauty:Посмотрим когда тебя жизнь тааак припрет, интересно в какую ты сказочку, деточка, поверишь…□

(3) 2vika454555@yuliya.cvirko.beauty: ни в какую))а у вас единственная панацея в жизни-это вера в сказки?))

(4) prekrasna20: Те кто по церквям ходят, не ходят по гадалкам((Не от большого ума люди верят всякой ерунде, телика с экстрасенсами пересмотрели вот и ищут " приключений" на свои сбережения(((((

(5) 2vika454555@prekrasna20: адекватные образованные люди не ходят ни туда,ни туда)По факту к гадалкам вопросов нет,люди сами несут им деньги,как и в церкви,или мошенникам,или экстрасенсам)

(6) helga_s_y: Церковь - это в первую очередь традиции, те самые, на которых в том числе счастливые семьи строятся. Традиции нужны и важны, потому как свято место пусто не бывает. И чем пустота заполняется это прямо очень хороший вопрос. Не с того конца на поржать зашли. И умные люди как раз не за сказками ходят, а подумать о себе.

(7) 2vika454555: @helga_s_y церковь в современном мире-давно крупный бизнес,и только наивные люди верят,что это ещё имеет какое-то отношение к душе).А насчёт счастливых семей,это вообще очень забавно.Вам для организации счастья вашей семьи нужен посредник?Вы сами в этой жизни за что-то отвечаете?Или надо скинуть всё на церковь,гадалок,традиции)

(8) 2vika454555@helga_s_y: а если уж вы решили поговорить о традициях,то существует очень много спорных и жестоких моментов в разных религиях и устоях.И только с развитием общества начали эти традиции считать варварскими.

(9) helga_s_y: Человеческая жизнь - это всегда про чей-то бизнес. Это личное дело каждого, где и в какой момент ему подумать о себе. Но судя по вашим комментариям, вы отрицаете свободу людей? А ещё тактичность, сопереживание

(10) lushchik_tanusha: Но церковь от вас денег не требует. Вы можете просто прийти в церковь, постоять, подумать, помолиться! И никакие деньги не нужны!

Необходимо отметить, что использование в корневом посте таких фраз, как *„заразился“ порчей и умер; аферу на 10 тысяч евро* провоцирует появление и развитие коммуникативного конфликта в интернет-комментариях, а пользователь *2vika454555* в комментарии (1) своей фразой *А что вы ожидаете от людей,которые до сих пор по церквям ходят* спровоцировала дальнейшую цепочку

[2] Ссылка на корневой пост: https://www.instagram.com/p/DCQyjnjtYEU/

конфликтных интернет-комментариев, усилив напряжение использованием тактики упрека во фразе *по факту те же сказки,* сравнив таким образом церковь и тарологию, что возмутило других участников дискуссии. Развитие конфликта происходит в комментарии (2), в котором пользователь «цепляется» к слову *сказка,* упомянутом в предыдущем комментарии, реализуя тактику упрека, использует слова *сказочка, деточка* с уменьшительно-ласкательным суффиксом (диминутивом) - *очк* с негативным значением, чтобы задеть коммуниканта. Далее развитие конфликта происходит в комментариях (3-9), в которых пользователи спорят на тему влияния церкви в современном обществе. Можно отметить, что комментарии участников дискуссии достаточно эмоциональны, что проявляется как в использовании эмоционально окрашенной лексики *ерунда, единственная панацея и т.д.*, так и графически - использованием смайлов *((,* слов, взятых в кавычки *" приключений"* и др. Эскалация конфликта происходит в комментариях (5-7), в которых тот же пользователь *2vika454555,* используя тактику намека пишет, что *адекватные образованные люди не ходят ни туда, ни туда* (имеется в виду ни в церковь, ни к гадалкам), завуалированно оскорбив при этом других пользователей, а использованием в комментарии (7) фразы *Вы сами в этой жизни за что-то отвечаете?* провоцирует на дальнейшее развитие конфликта – комментарий (9) *судя по вашим комментариям, вы отрицаете свободу людей? А ещё тактичность, сопереживание,* в котором уже другой пользователь упрекает предыдущего комментатора в отсутствии положительных человеческих качеств. Завершается конфликт подытоживающим комментарием (10), в котором пользователь в достаточно эмоциональной форме выражает свое мнение по поводу обсуждаемого вопроса.

Таким образом, проведенный анализ конфликтных интернет-комментариев в русском, английском и китайском языках показал, что триггером для развития конфликта может выступать: 1) негативная оценка содержания корневого поста (в русском языке – 39,4 %, в английском языке – 32,1 %, в китайском языке – 83,2 %); 2) негативная оценка комментария к посту (в русском языке -12, 8 % , в английском языке – 20,1 %, в китайском языке – 5,7); 3) поведение виртуальной языковой личности, характеризующееся выбором ее коммуникативных стратегий и тактик, соответствующей лексики, речевых, языковых средств и графических средств и др. (в русском языке – 46,3 %, в английском языке – 47,8 %, в китайском языке – 11,1 %). Из всего выше сказанного, можно прийти к выводу, что коммуникативный опыт субъектов коммуникации, их языковая компетенция, индивидуальные языковые привычки могут обострить и довести коммуникативную ситуацию до конфликтной. Смысловая конфликтность заложена в природе речевого общения. Стремление к свободе самовыражения и желание быть адекватно понятым часто конфликтуют, тем более что главная задача продуцента речи – представить актуальный для него личностный смысл, а это порождает отступления от нормативных средств фиксации содержания. Интерпретатор же, напротив, более комфортно себя чувствует в ситуации, когда он уверен, что адресованное ему речевое произведение соответствует принятым нормам, т.к. существует необходимость реконструировать коммуникативный замысла автора, и «свобода» интерпретатора во многом ограничивается языковой и коммуникативной нормативностью речевого произведения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1.Кириллова, Н. Н. Коммуникативные стратегии и тактики с позиции нравственных категорий / Н. Н. Кириллова // Вестник НГТУ им. Р. Е. Алексеева. Серия: Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии. – 2012. – №1. – С. 26-33.

2.Комалова, Л. Р. Межличностная коммуникация: от конфликта к консенсусу /Л.Р. Комалова. – М.: ИНИОН РАН, 2016. – 180 с.

3.Косова, И. О. Прагматические категории кооперации и конфликта в речевой коммуникации / И.О. Косова // Межкультурная коммуникация и сопоставительное изучение языков. Вестник Волгоградского государственного университета. – 2006. – Серия 2: Языкознание. – С.138-141.

ANALYSIS OF STIMULI FOR CONFLICT SPEECH BEHAVIOR

E.V. Piskun

Polessky State University

Pinsk, Republic of Belarus, piskun.e@polessu.by

This article analyzes the stimuli for conflictual speech behavior in online comments in Russian, English, and Chinese. In the online comments analyzed, stimuli for conflictual speech behavior were identified, including negative evaluations of the root post's content, negative evaluations of the commentary on the post, and the behavior of the virtual linguistic persona (communicator). The percentage of these stimuli used in the three linguistic cultures was calculated and presented.

Keywords: Internet communication; stimulus; conflict; speech behavior.

УДК 378.147:811.111’271:316.77:004.9

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК КАК ИНСТРУМЕНТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Д.С. Покаместова

Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины

Республика Беларусь, dariapokamestova1@gmail.com

В статье рассматриваются актуальные аспекты межкультурной коммуникации в процессе подготовки специалистов ИТ-сферы. Анализируется роль английского языка как средства профессионального взаимодействия в международной среде, а также особенности формирования межкультурной коммуникативной компетенции. Особое внимание уделяется стратегиям деловой коммуникации и их значению для эффективного взаимодействия в условиях глобализации.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация; английский язык; деловая коммуникация; ИТ-компании; межкультурная компетенция; международная среда.

Английский язык стал ядром международного профессионального общения, заняв лидирующие позиции в условиях глобализации. Он выступает обязательным условием для участия в международных проектах, в обмене научными данными и работе ведущих корпораций. Умение работать с англоязычной информацией – часто не просто преимущество, а требование, без которого невозможен карьерный рост в большинстве отраслей.

Особое значение английский язык приобретает в сфере информационных технологий. Истоки этой индустрии заложены в среде, где английский был единственным рабочим языком. Именно на нём создавались первые системы управления, программные продукты и протоколы связи. Отсюда берёт своё происхожде-

ние почти вся техническая лексика: термины, команды, названия архитектур – всё это зафиксировано на английском, а переводить их на другие языки невозможно без потери смысла. Таким образом, владение английским языком становится не только средством общения, но и необходимым инструментом профессиональной деятельности.

В рамках межкультурного общения английский язык выполняет определенные функции, также релевантные и для ИТ-сектора: коммуникативную, интеграционную, стандартизирующую, имиджевую, координационную и культурно-интеграционную.

Кроме того, английский в ИТ-сфере играет важную роль в профессиональном развитии специалистов. Обучающие курсы, мастер-классы, вебинары, тренинги и подобное (например, курсы от EPAM, Microsoft или Google) проводятся именно на английском языке. Соответственно, знание английского языка позволяет специалистам повышать квалификацию и, ко всему прочему, обмениваться опытом и идеями с коллегами по всему миру, участвовать в международных проектах и конференциях.

Также английский язык влияет на развитие профессионального мышления. Как уже говорилось, терминология ИТ-сферы преимущественно представлена на английском языке, что позволяет сформировать особый стиль общения, так как в данном случае однозначность, точность и лаконичность играют ключевую роль во взаимопонимании специалистов – это предотвращает либо снижает риски недопонимания при выполнении сложных задач.

Немаловажную роль в этой сфере деятельности играют и профессиональные ресурсы, которые используют специалисты. Почти вся техническая документация, учебные материалы, инструкции, руководства по языкам программирования, форумы и блоги создаются на английском языке, создавая «единую» обширную базу знаний. Соответственно, владение английским предоставляет к ней доступ, необходимый для обучения, саморазвития или решения определенных профессиональных или рабочих задач [6, с. 146]. Так, знание английского языка позволяет ускорить процесс профессионального роста, а также помогает постоянно повышать квалификацию.

Даже при использовании различных языков программирования комментарии и описания кода обычно пишутся на английском. Это позволяет другим разработчикам понимать структуру программы, ее функционал, логику составления и работы. Кроме этого, грамотно оформленные комментарии повышают читаемость кода и упрощают его сопровождение, что особенно важно при командной разработке.

Следующим фактором, связанным с важностью английского языка в ИТ-секторе, является наличие обширных карьерных перспектив, так как знание английского языка значительно расширяет профессиональные возможности программиста [6, с. 146]. Большинство ИТ-компаний выставляют требования к уровню владения английским языком, так как он облегчает коммуникацию внутри организации и с зарубежными партнерами. Также английский язык является конкурентным преимуществом при трудоустройстве как на отечественном, так и на международном рынке труда.

Таким образом, владение английским является обязательным условием участия в международных сообществах разработчиков. Для разработчиков, связанных с коммерческими или клиентскими проектами, владение английским языком также является ключевым фактором успешного взаимодействия. Здесь оно необходимо

для точного и конкретного обсуждения технических требований, сроков, презентации результатов и согласования изменений [6, с. 146]. В данном случае можно говорить о том, что английский способствует повышению доверия со стороны заказчиков и увеличивает эффективность профессиональных коммуникаций.

Можно утверждать, что английский язык в профессиональной сфере, и в особенности в ИТ-секторе, выполняет стратегическую роль, так как обеспечивает доступ к современным технологиям, способствует развитию международного сотрудничества и повышает конкурентоспособность специалистов на мировом рынке труда. В условиях же цифровой глобализации, владение английским языком перестает быть просто преимуществом, так как становится необходимым условием успешной профессиональной деятельности в ИТ-сфере.

Коммуникация в международных ИТ-компаниях является ключевым аспектом эффективной работы команд. Она обеспечивает обмен информацией, координацию работы, контроль за выполнением задач и проектов, а также взаимодействие с клиентами. Для ИТ-сферы, кроме основных форм коммуникации, устной и письменной, дополнительно выделяют и цифровую.

Так, коммуникация в ИТ-сфере является многоканальной. Все описанные формы коммуникации дополняют друг друга, создавая эффективную, гибкую систему взаимодействия внутри и вне команды. Владение английским, умение адаптировать стиль общения под аудиторию, ситуацию и используемый инструмент, а также грамотное использование цифровых средств – ключевые аспекты успешной и эффективной коммуникации в международной ИТ-компании.

Для эффективной работы международных ИТ-компаний важно не только преодолевать языковые и культурные барьеры, но и постоянно оптимизировать процессы коммуникации, что достигается через ввод корпоративных стандартов, обучение сотрудников и использование цифровых инструментов.

Примером стратегии обучения сотрудников может служить компания Microsoft. Анализ корпоративной коммуникации в Microsoft показывает, что английский язык занимает центральное место в организации взаимодействия внутри компании и является стратегическим инструментом интеграции глобальной рабочей силы.

В условиях многонациональной структуры Microsoft рассматривает владение английским не только как практическое требование, но и как элемент корпоративной культуры, который способствует единству, прозрачности и взаимопониманию между сотрудниками разных стран и профессиональных направлений.

Корпоративная политика Microsoft направлена на то, чтобы сделать английский универсальным языком общения при сохранении уважения к культурному и языковому разнообразию. Внутренние коммуникации стандартизированы через уже упомянутые выше платформы, что позволяет обеспечить единообразие сообщений и равный доступ к информации. Вместе с тем, введенные инструменты машинного перевода и автоматической интерпретации (такие, как Microsoft Interpreter Agent [3], который обеспечивает перевод в реальном времени, что позволяет пользователям активно участвовать в обсуждении, и Microsoft Translator [5], предоставляющий письменный перевод текста сообщений или документов) помогают снизить влияние языковых барьеров и повысить вовлеченность сотрудников, не владеющих английским в совершенстве.

Кроме этого, у Microsoft есть собственная учебная платформа Microsoft Learn [1], где представлены программы обучения по разным направлениям. Кроме внутренних тренингов и обучения, компания также разработала и приложения для

изучения и улучшения навыков владения английским языком. Например, Learn Speak English [4] – приложение от Microsoft, предназначенное для того, чтобы тренировать произношение. Приложение Hello English [2] было также разработано данной компанией, но уже включает обучение не только произношению, но и грамматике и новой лексике. Также, кроме приложений, в каталоге их сервисов можно найти Viva Learning [7], который предоставляет доступ к образовательному контенту.

Можно сказать, что Microsoft уделяет большое внимание развитию языковых, культурных и прочих компетенций своих сотрудников. Подобные программы и внутренние стандарты коммуникации формируют у работников навыки структурированного и уважительного общения, что позволяет сочетать стандартизацию корпоративного языка с гибкостью и инклюзивностью, которая характерна для международных компаний в современном мире.

В результате, английский язык в Microsoft – не просто инструмент обмена данными, а часть системы управления знаниями и формирования корпоративной идентичности. Он выступает связующим звеном, объединяющим технологии, людей и ценности в единую сеть глобального взаимодействия.

Этот подход создаёт единое коммуникативное поле, где каждый участник проекта ориентируется на общие стандарты. Оптимизация общения в IT-сфере зависит от того, насколько чётко соблюдаются внутренние протоколы, как организовано обучение сотрудников и насколько эффективно используется цифровое пространство.

Как результат – снижение числа ошибок, упрощение передачи информации, повышение качества интеграции в международные команды. Такая среда способствует устойчивому развитию корпоративной культуры.

В условиях глобальной интеграции и цифровой трансформации английский становится основным языком межкультурного взаимодействия. Он позволяет не просто делиться информацией, но и строить доверительные отношения между представителями разных стран.

Включение языкового компонента в подготовку специалистов формирует навыки реальной коммуникации в международных проектах. Практика показывает: успех сотрудника в международной команде зависит не только от технических знаний, но и от умения грамотно выражать мысли на английском в профессиональных условиях.

Образовательная система должна фокусироваться на развитии способности использовать язык в реальной коммуникации – не на уровне абстракций, а в условиях живой командной работы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. About Microsoft Learn : [site]. – URL: https://uark.teamdynamix.com/TDClient/33/Portal/KB/ArticleDet?ID=1188 (date of access: 06.05.2026).

2. Hello English : [site]. – URL: https://apps.microsoft.com/detail/9nblggh4xtj3?hl=ru-RU&gl=RU (date of access: 16.10.2025).

3. Kellington, J. Deploying our new game-changing Interpreter agent in our meetings at Microsoft : [site] / J. Kellington. – URL: https://www.microsoft.com/insidetrack/blog/deploying-our-new-game-changing-interpreter-agent-in-our-meetings-at-microsoft/ (date of access: 16.10.2025).

4. Learn Speak English : [site]. – URL: https://apps.microsoft.com/detail/9wzdncrfj2d9?hl=ru-RU&gl=RU (date of access: 06.05.2026).

5. Microsoft Translator : [site]. – URL: https://www.microsoft.com/en-us/translator/ (date of access: 16.10.2025).
6. Urinboev, A. A. The power of English for programming. Why is English important to software developers? / A. A. Urinboev // Models and methods for increasing the efficiency of innovative research. – 2023. – № 26. – С. 145–148.
7. Viva Learning Overview : [site]. – URL: https://support.microsoft.com/da-DK/viva/learning/viva-learning-overview (date of access: 06.10.2025).

INTERCULTURAL COMMUNICATION IN THE TRAINING OF IT SPECIALISTS: THE ROLE OF THE ENGLISH LANGUAGE

D.S. Pokamestova
Francisk Skorina Gomel State University
Gomel, Belarus, dariapokamestova1@gmail.com

The article examines current aspects of intercultural communication in the training of IT specialists. It analyzes the role of the English language as a means of professional interaction in an international environment, as well as the development of intercultural communicative competence.

Keywords: intercultural communication; English language; business communication; IT companies; professional training; intercultural competence; international environment.

УДК 395:339.5

ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ СНИЖЕНИЯ ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

А.В. Порваткина, Р.П. Якунина, О.В. Минулина
Казанский государственный энергетический университет
Казань, Россия, ariannnaporvatkina8@mail.ru

В статье анализируется, каким образом деловой этикет способствует сокращению скрытых издержек в сфере международного бизнеса. Показано, что владение нормами поведения, ведения переговоров и деловой переписки позволяет уменьшить затраты на поиск партнёров, согласование условий сотрудничества и контроль исполнения договорённостей. Также приводятся практические рекомендации для компаний, взаимодействующих с иностранными партнёрами.

Ключевые слова: деловой этикет; трансакционные издержки; международный бизнес; переговоры; деловая культура.

Когда компания начинает работать на зарубежных рынках, она сталкивается не только с обычными затратами, такими как налоги, аренда и оплата труда. Возникают и дополнительные, менее очевидные расходы: время на поиск надёжных партнёров, трудности в переговорах из-за незнания местных традиций, недопонимание в деловой переписке и даже возможные срывы контрактов. Все эти факторы относятся к трансакционным издержкам.

В этой ситуации особое значение приобретает деловой этикет: соблюдение его норм позволяет сократить лишние расходы и выстроить эффективное взаимодействие с представителями разных культур. В условиях глобализации международные деловые связи становятся всё более тесными. Российские компании активно сотрудничают с партнёрами из Китая, европейских стран, Ближнего Востока и Азии. Однако именно различия в культуре нередко приводят к конфликтным ситуациям и финансовым потерям. Исследования в сфере деловой коммуникации

показывают, что даже такая, на первый взгляд, мелочь, как неправильно оформленная визитка или неуместный жест во время переговоров, может свести на нет длительную подготовку к заключению сделки.

Рассматривая транзакционные расходы в рамках международного сотрудничества, их можно классифицировать по нескольким категориям. Первая группа включает затраты на получение данных: необходимо разобраться, насколько надёжен потенциальный партнёр, какова его деловая репутация и какие нормы приняты в его стране. Вторая категория объединяет издержки, порождённые процессом согласования позиций — время и усилия, которые тратятся на согласование условий и устранение недопонимания. Третья разновидность — расходы на обеспечение исполнения достигнутых договорённостей: при недостатке доверия компании вынуждены привлекать юристов и постоянно проверять соблюдение обязательств. Выделяются затраты, направленные на охрану собственных интересов в ситуациях, когда партнёр нарушает взятые на себя обязательства или действует недобросовестно.

Деловой этикет снижает разные виды издержек в бизнесе. Во-первых, он облегчает поиск партнёров. Грамотное самопредставление, умение корректно вести себя при знакомстве (например, правильно обмениваться визитками, что особенно важно в странах Азии (рис.)) создают положительное впечатление. Компания воспринимается как надёжная, поэтому партнёры охотнее идут на контакт, и поиск контрагента занимает меньше времени.

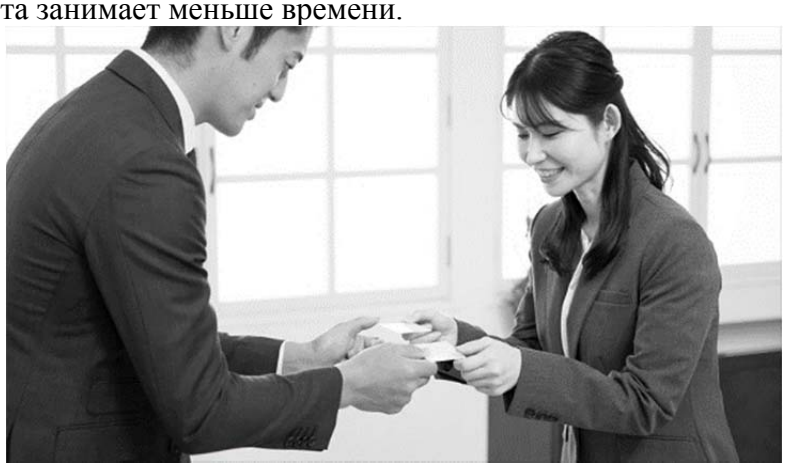

Рисунок – Обмен визитками

Во-вторых, этикет ускоряет переговоры. Когда участники знают правила общения — как здороваться, когда переходить к делу и как вести себя в паузах, — процесс становится более понятным и предсказуемым. Это помогает избежать недопонимания и лишних задержек. Например, в арабских странах важны неформальные беседы, а в Германии обычно сразу переходят к сути обсуждения. Знание таких особенностей помогает быстрее договориться. Репутация имеет большое значение в деловой среде. Компании, которые проявляют уважение к другим культурам и соблюдают деловой такт, реже сталкиваются с судебными разбирательствами и сложностями при оформлении документов на таможне. О них складывается положительное мнение, поэтому партнёры охотнее сотрудничают с ними. В результате такие фирмы тратят меньше средств на урегулирование конфликтов и защиту контрактов.

Рассмотрим пример. Две российские компании начинают переговоры с китайским партнёром. Первая фирма не учитывает особенности делового этикета. Со-

трудники ведут себя слишком шумно, показывают на людей пальцем, не ждут перевода и дарят подарки, которые в Китае считаются неподходящими, например часы. Вторая компания, наоборот, заранее изучает правила общения, вежливо приветствует партнёров, использует переводчика, вручает небольшой символический подарок в соответствии с традициями и передаёт визитки двумя руками. Очевидно, что китайская сторона скорее выберет вторую компанию. При этом первой фирме придётся потратить дополнительное время и ресурсы, чтобы исправить сложившееся впечатление.

Компании могут использовать деловой этикет как способ экономии, если будут соблюдать несколько простых правил.

Во-первых, перед выходом на новый зарубежный рынок стоит немного изучить, как там принято вести деловые переговоры. Для этого не нужно глубоко разбираться в теме, достаточно прочитать материал или проконсультироваться со специалистом. Во-вторых, полезно проводить короткие обучения для сотрудников, которые ездят в командировки или общаются с партнёрами онлайн.

В-третьих, можно сделать простые памятки с основными правилами для разных стран, чтобы сотрудники не путались. И ещё важно обращать внимание на реакцию зарубежных партнёров и при необходимости менять своё поведение.

Все эти меры не требуют больших затрат, но помогают работать быстрее и без лишних проблем. В итоге переговоры проходят легче, партнёров находить проще, а прибыль компании может расти.

Деловой этикет не решает все проблемы. Всё равно могут быть разногласия, трудности с экономикой, логистикой или валютой. Но он помогает убрать лишние недопонимания, которые возникают из-за разницы в культуре. За счёт этого можно не отвлекаться на мелочи и сосредоточиться на самом бизнесе.

В итоге можно сказать, что деловой этикет — это не просто вежливость и не какие-то устаревшие правила. В международном бизнесе это полезная вещь, которая помогает снизить скрытые расходы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 208 с.

2. Долженко, Р. А. Трансакционные издержки использования новых форм трудовых отноше-ний / Р. А. Долженко // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2014. – № 4. – С. 110-118.

3. Игнатьева Е.С. Международный деловой этикет на примере 22 стран. – М. : Эксмо, 2020. – 414 с.

4. Лавриненко В.Н. Психология и этика делового общения: учебник для студентов вузов / Под ред. В.Н. Лавриненко. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 415 с.

5. Павлова, Л. Г. Деловые коммуникации / Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "КноРус", 2016. – 300 с.

6. Серебряков, Е. А. Неформальные механизмы снижения издержек трансакций на региональных рынках (Социологический анализ) : специальность 22.00.03 "Экономическая социология и демография" : диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук / Серебряков Евгений Александрович. – Хабаровск, 2005. – 195 с.

7. Садыков, И. В. Деловой этикет в профессиональной коммуникации / И. В. Садыков // Актуальные вопросы лингвистики в современном профессионально-коммуникативном пространстве : материалы V межвузовской молодежной научно-практической конференции, Омск, 07 апреля 2016 года. – Омск: федеральное государственное бюджетное обра-

зовательное учреждение высшего профессионального образования "Омский государственный технический университет", 2016. – С. 82-85.

8. Яркова, Н. С. Деловой этикет в Китае: специфика и модели переговоров / Н. С. Яркова, К. С. Щербинкин // Мультилингвизм как социальный контекст языка: проблемы и перспективы : сборник научных статей по итогам работы IV Международной научной конференции, Армавир, 14–15 ноября 2024 года. – Киров: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 2024. – С. 316-320.

BUSINESS ETIQUETTE AS A TOOL TO REDUCE TRANSACTION COSTS IN INTERNATIONAL BUSINESS

A.V. Porvatkina, R.P. Yakunina, O.V. Minulina
Kazan State Power Engineering University
Russia, ariannnaporvatkina8@mail.ru

The article analyzes how business etiquette helps to reduce hidden costs in the field of international business. It is shown that knowledge of the norms of behavior, negotiation and business correspondence can reduce the cost of searching for partners, agreeing on the terms of cooperation and monitoring the execution of agreements. Practical recommendations for companies interacting with foreign partners are also provided.

Keywords: business etiquette; transaction costs; international business; negotiations; business culture.

УДК 811.1/.8(072)

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНТИТАБАЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В БЕЛАРУСИ И КИТАЕ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

М.Д. Рогачук
Белорусский государственный экономический университет
Минск, Ркспублика Беларусь
maksimrogacuk986@gmail.com

В статье проведён сравнительный анализ китайской и белорусской антитабачной рекламы. Выявлены противоположные подходы: коллективистский в Китае (социальная ответственность, символизм, прямые призывы) и индивидуалистический в Беларуси (личное здоровье, шок-контент, рациональная аргументация). Доказано, что эффективность социальной рекламы требует адаптации зарубежных практик к локальному контексту и доминирующим ценностям общества.

Ключевые слова: антитабачная реклама; коллективизм; индивидуализм; культурные различия; социальная ответственность.

Социальная реклама в сфере здравоохранения представляет собой важный инструмент формирования общественного сознания и изменения поведенческих моделей. Учитывая стремительную глобализацию и свободу миграционных потоков, особую значимость приобретает понимание различий в подходах к созданию антитабачной рекламы в странах с разными культурными парадигмами. Так, антитабачная реклама в Китае и Беларуси, представляя соответственно восточноазиатскую коллективистскую и восточнославянскую (с элементами постсоветского коллективизма) культуры, демонстрируют различные стратегии коммуникативного воздействия в борьбе с табакокурением.

Социальная реклама в Китае (公益广告 - *gōngyì guǎnggào*, «реклама общественного блага») зародилась в специфических политических и социальных условиях конца XX века. Как отмечают исследователи, «первая в истории Китая программа, которая открыла социальное направление китайской общенациональной рекламы, была показана 26 октября 1987 г. Она демонстрировалась центральным телевидением 1–2 раза в день по 30 и 60 секунд. Курсом программы "Гуан Гао" был объявлен лозунг: "Напоминание, уговор и критика"» [1].

После начала экономических реформ Дэн Сяопина Китай столкнулся с необходимостью балансировать между стремительной модернизацией и сохранением традиционных ценностей. Социальная реклама стала инструментом смягчения социальных противоречий, вызванных переходом к рыночной экономике. В период культурной революции (1966-1976) пропаганда носила исключительно революционный характер, однако уже в конце 1960-х - начале 1970-х годов появились первые элементы социальной рекламы, направленной на формирование новых общественных отношений. Китайская социальная реклама представляет собой механизм, в котором рекламные предприятия и СМИ, находясь под руководством правительства, реализуют государственную социальную политику.

Ключевые этапы развития социальной рекламы в Китае традиционно определяются следующим образом:

1. 1987 г. - первая программа социальной рекламы на центральном телевидении;
2. 1998 г. - тема гармоничного развития общества становится одной из центральных;
3. XXI век - социальная реклама охватывает все аспекты идейно-нравственного совершенствования граждан [1].

В Беларуси социальная реклама развивалась в контексте постсоветского пространства, унаследовав многие черты советской пропагандистской системы. Будучи в составе СССР, республика имела развитую систему социальной пропаганды, которая после обретения независимости в 1991 году трансформировалась в современную социальную реклам. Согласно статье 2 Закона Республики Беларусь «О рекламе», социальная реклама определяется как «реклама прав, охраняемых законом интересов или обязанностей организаций или граждан, здорового образа жизни, мер по охране здоровья, безопасности населения, социальной защите»" [2]. Это законодательное определение подчеркивает государственную направленность социальной рекламы. В отличие от многих западных стран, где социальную рекламу создают некоммерческие организации и фонды, в Беларуси основными производителями социальной рекламы являются государственные органы и ведомства, что определяет ее специфику.

Основные направления социальной рекламы в Беларуси, по мнению С. В. Венидиктова, можно систематизировать так:

1. Борьба с алкоголизмом, наркоманией и курением;
2. Профилактика ВИЧ/СПИД;
3. Безопасность дорожного движения;
4. Пожарная безопасность;
5. Формирование здорового образа жизни [3].

Согласно теории культурных измерений Герта Хофстеде [4], Китай относится к коллективистским культурам с высоким индексом коллективизма, где приоритет отдается групповым интересам, гармонии и социальной ответственности. Беларусь, находясь на пересечении восточнославянских традиций и постсоветского

пространства, также демонстрирует коллективистские черты, но с заметным влиянием индивидуалистических ценностей в сфере личного здоровья.

По мнению Королёвой Н.Е. и Пастуховой А.Н., в коллективистских культурах реклама акцентирует «положение человека в группе, безопасность его семьи и близких, подчинение социальным нормам, ответственность и достижение групповых целей» [5]. В индивидуалистских культурах реклама акцентирует «неконформность, уникальность/избранность, признание со стороны окружающих, преимущества и выгоду для индивидуума» [5].

Обратимся к конкретным примерам антитабачной рекламы (рис. 1–2), размещенным на платформе NLM [6].

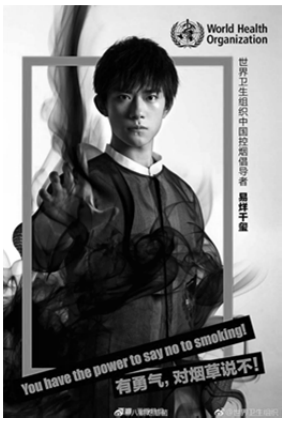

Рисунок 1. – Социальная реклама ВОЗ «Smoke-free Next Generation» с участием китайской знаменитости Иян Цяньси (2017)

Молодой человек (китайская знаменитость Иян Цяньси) изображен на черно-белой фотографии, окруженный дымом, с жестом руки, останавливающим курение. Желтая рамка символизирует предупреждение (слоган): «You have the power to say no to smoking!» (有勇气，对烟草说不! *Yǒu yǒngqì, duì yāncǎo shuō bù!* – Имей мужество скажи табаку нет!). Несмотря на использование местоимения you (ты/вы), реклама апеллирует к социальной ответственности перед обществом. Привлечение знаменитостей акцентирует образец для подражания, что свойственно коллективистским культурам, в которых значимую роль играют социальные иерархии и авторитеты.

Рисунок 2. – Кампания с масками в Шанхае «Не курите передо мной!»

На рисунке 2 представлена рекламная кампания, демонстрирующая характерную для Китая стратегию защиты интересов группы (некурящих). Акцент на социальной ответственности курильщиков перед окружающими согласуется с конфуцианской ценностью общественной гармонии. На фотографии изображена группа молодых людей в Шанхае в масках с надписью «不要在我面前抽烟» (Bú

yào zài wǒ miànqián chōuyān – «Не курите передо мной»). Данный пример иллюстрирует защиту прав некурящих, акцент на коллективном благополучии и взаимном уважении в общественных местах.

Антитабачная реклама в Беларуси акцентирует внимание на индивидуальной ответственности человека (рисунки 3–6). На рисунке 3 представлены руки, ломающие сигарету, и слоган «Беларусь против табака». Хотя название страны указывает на коллективного субъекта, визуальное решение акцентирует именно персональное действие – руки конкретного человека уничтожают сигарету. Таким образом, данная реклама представляет собой призыв к индивидуальному выбору и персональной ответственности.

Рисунок 3. – Социальная реклама кампании «Беларусь против табака»

На рисунке 4 изображён профиль человека, выдыхающего дым, который разрушает зелёную планету с домами и деревьями. Слоган «Не задымляй планету!» обращён к каждому лично (императив в единственном числе). Хотя экология – это коллективная проблема, реклама апеллирует к индивидууму, подчёркивая его личную ответственность за глобальные последствия.

Рисунок 4. – Плакат республиканской акции «Беларусь против табака» с призывом «Не задымляй планету!»

Коллаж, представленный на рисунке 5, содержит изображения вреда курения: сигареты, поражённые лёгкие, зубы, рассыпанные деньги. Слоган – «Подумай о себе! БРОСАЙ КУРИТЬ!» – иллюстрирует классический пример индивидуалистического подхода, который проявляется в трёх аспектах:

прямая апелляция к личной выгоде через фразу «Подумай о себе»;

императив к индивидуальному действию в глаголе «Бросай»;

визуальный акцент на личном здоровье (лёгкие, зубы) и личных потерях (деньги, время жизни).

Рисунок 5. – Социальная реклама с призывом «Подумай о себе! Бросай курить!»

На рисунке 6 представлена социальная реклама о рисках вейпинга «Вейп. Лёгкий пар?» (Минск, 2023). Изображена электронная сигарета с детализированным перечнем вредных веществ, а слоган «Вейп. Лёгкий пар?» сопровождается подробным списком угроз для личного здоровья. Данный пример демонстрирует рациональный подход, апеллирующий к индивидуальной осознанности: внимание акцентируется на детальной информации о рисках для конкретного человека – сердечно-сосудистых заболеваниях, астме, раке.

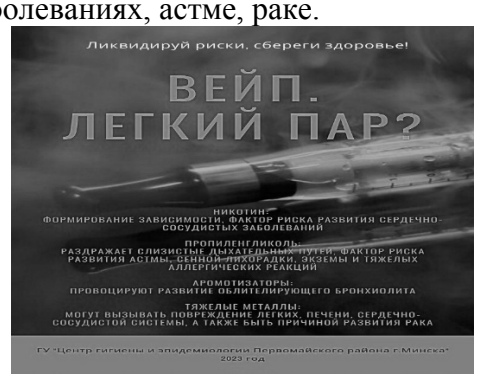

Рисунок 6. – Социальная реклама о рисках вейпинга «Вейп. Легкий пар?» (Минск, 2023)

Для более наглядного сравнения особенностей китайской и белорусской социальной рекламы, систематизируем информацию в таблицу.

Таблица – Сравнительный анализ параметров антитабачной рекламы

Параметры сравнения	китайская реклама	белорусская реклама
Ценностные ориентиры	Коллективизм, социальная гармония, долг перед обществом	Индивидуальная ответственность, личный выбор, забота о себе
Образы	Семья, общество, группа, знаменитости как пример	Отдельный человек, его тело, его здоровье
Риторика	Императивная, нормативная, апелляция к долгу	Информационная, рациональная, апелляция к личной выгоде
Визуальный стиль	Символизм, метафоры, коллективные сцены	Реализм, эмоционально-шоковая визуализация, индивидуальные портреты
Речевые маркеры	Мы, наше общество, защитите близких	Ты, твое здоровье, подумай о себе

Причинами таких различий является культурный и исторический контекст, который и формирует мировосприятие народов. Китай демонстрирует коллективистскую культуру. Которая сформирована конфуцианским наследием. Конфуцианство подчеркивает воссоединение человека и семьи, народа и государства. А. А. Лозовая отмечает: «Согласно позиции Конфуция, только в коллективе китаец может определить собственные ценности» [7]. Китайцы приписывают понятию «коллективизм» прежде всего национально–уровневые смыслы, основанные на идее, что нация – это самый основной и важный коллектив. Также стоит отметить, что традиционная китайская культура культивирует строгую социальную иерархию и беспрекословное соблюдение моральных правил, что отражается в рекламе через использование авторитетов и знаменитостей.

Беларусь демонстрирует постсоветскую модель с элементами индивидуализма. Несмотря на коллективистскую риторику, советская пропаганда здоровья всегда апеллировала к личной ответственности. После 1991 года Беларусь переняла многие западные подходы к социальной рекламе здоровья, где доминирует индивидуалистическая парадигма. В условиях специфики экономического развития акцент смещается на личную выгоду от здорового образа жизни (экономия денег, продуктивность).

Анализ антитабачной рекламы Китая и Беларуси показал, что их различия обусловлены социокультурными, политическими и историческими факторами. Китайская реклама опирается на коллективизм: она апеллирует к социальной ответственности, долгу перед семьёй и обществом, использует символизм, метафоры, прямые призывы и образы знаменитостей. Белорусская реклама, напротив, строится на индивидуализме, делая упор на личное здоровье, персональный выбор. Для неё характерны реализм, шоковый контент и детализированное рациональное обоснование вреда курения.

Эти различия обусловлены комплексом факторов: конфуцианским коллективизмом и авторитарной моделью Китая, постсоветским индивидуализмом и государственной монополией Беларуси, а также разным историческим опытом. Как отмечает О. Н. Губская, «в период глобализации и активной межкультурной коммуникации изучение специфики языкового мышления и ассоциативного поведения представителей разных лингвокультурных общностей – очень актуальное и своевременное занятие для филологов, культурологов и социологов» [8, с. 73]. Это доказывает, что успех социальной рекламы напрямую зависит от того, насколько она соответствует местной культуре. Если не принимать во внимание культурные особенности, эффективность рекламных сообщений снижается. Следовательно, при создании международных социальных проектов необходимо не перенимать чужие решения без изменений, а тщательно адаптировать их к локальной среде и доминирующим в обществе ценностным ориентирам.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Тё, О. Е. Лингвокультурологические особенности современной социальной рекламы в Китае / О. Е. Тё, Д. В. Тринько // Гуманитарный вестник. – 2022. – Вып. 4. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturologicheskie-osobennosti-sovremennoy-sotsialnoy-reklamy-v-kitae (дата обращения: 15.04.2026).

2. О рекламе : Закон Респ. Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З : в ред. от 4 июня 2024 г. // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – URL: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10700225 (дата обращения: 15.04.2026).

3. Венидиктов, С. В. Социальная реклама здорового образа жизни в медиасфере Беларуси / С. В. Венидиктов // КиберЛенинка. – 2016. –

URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-reklama-zdorovogo-obraza-zhizni-v-mediasfere-belarusi (дата обращения: 15.04.2026).

4. Хофстеде, Г. Культуры и организации: программное обеспечение разума / Г. Хофстеде ; пер. с англ. – М. : Праксис, 2001. – 384 с.

5. Королёва, Н. Е. Культурно-обусловленные особенности рекламы / Н. Е. Королёва, А. Н. Пастухова // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2016. – № 4. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kulturno-obuslovlennye-osobennosti-reklamy (дата обращения: 15.04.2026).

6. Exposure to anti- and pro-smoking messages among adults in China // PMC. – 2024. – URL: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11175413/ (date of access: 15.04.2026).

7. Лозовая, А. А. Соотношение коллективизма и индивидуализма в медиадискурсе Китая / А. А. Лозовая // Научные междисциплинарные исследования. – 2021. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sootnoshenie-kollektivizma-i-individualizma-v-mediadiskurse-kitaya (дата обращения: 15.04.2026).

8. Губская, О. Н. К вопросу о специфике языкового сознания китайцев / О. Н. Губская // Русский язык в системе международного образования : Материалылы Международной научно-практической конференции, посвященной 45-летию кафедры русского языка как иностранного «Русский язык в системе международного образования», Иркутск, 14–15 мая 2018 года. – Иркутск: Иркутский национальный исследовательский технический университет, 2018. – С. 71-74.

CROSS-CULTURAL FEATURES OF ANTI-TOBACCO SOCIAL ADVERTISING IN BELARUS AND CHINA: A COMPARATIVE ANALYSIS

M. D. Rogachuk

Belarusian State Economic University

Minsk, Republic of Belarus, maksimrogacuk986@gmail.com

The article presents a comparative analysis of Chinese and Belarusian anti-tobacco advertising. Opposite approaches are identified: collectivist in China (social responsibility, symbolism, direct appeals) and individualistic in Belarus (personal health, shock content, rational argumentation). It is proved that the effectiveness of social advertising requires the adaptation of foreign practices to the local context and the dominant values of society.

Keywords: anti-tobacco advertising; collectivism; individualism; cultural differences; social responsibility.

УДК 378.147:81'243

ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ У СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ ЧЕРЕЗ АНАЛИЗ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ НЕУДАЧ

А.С. Сазончик

Белорусский государственный университет

Минск, Республика Беларусь, SazonchikAS@bsu.by

Рассматривается проблема формирования межкультурной компетенции. Актуальность обусловлена необходимостью подготовки специалистов к эффективному межкультурному взаимодействию. Описана апробация методического подхода, основанного на анализе смоделированной коммуникативной неудачи. Приводятся результаты качественного наблюдения, делается вывод о целесообразности внедрения кейс-метода для преодоления «математического эгоцентризма» в общении с зарубежными коллегами.

Ключевые слова: межкультурная компетенция; студенты; коммуникативная неудача; кейс-метод; академическая дискуссия.

Подготовка специалистов в области математики и механики в Беларуси традиционно ориентирована на высокий уровень формально-логической и алгоритмической грамотности. Студенты математических факультетов успешно решают сложные задачи, оперируют абстрактными структурами и владеют математическим аппаратом. Однако их будущая профессиональная деятельность всё чаще включает не только письменные расчёты, но и участие в международных конференциях, совместных исследовательских проектах с зарубежными университетами, стажировки и переписку с иностранными коллегами. В этих условиях знание математических формул оказывается необходимым, но недостаточным условием успеха. Возникает потребность в межкультурной компетенции – способности эффективно общаться с представителями иных традиций и культурных норм, сохраняя при этом профессиональную корректность и взаимоуважение.

На механико-математическом факультете БГУ обучение иностранному языку ведётся с учётом профессиональной направленности. Однако, как показывает практика, традиционные задания (чтение научных статей, перевод терминов, грамматические упражнения) не всегда формируют у студентов осознание того, что коммуникативная форма может быть не менее важна, чем математическое содержание. Первокурсники часто демонстрируют установку: «главное – правильно решить задачу, а как я об этом скажу – неважно, ведь формулы говорят сами за себя». Такая позиция, переносимая в межкультурную среду, способна приводить к коммуникативным неудачам, конфликтам и потере научных партнёров.

Цель данной статьи – представить и обосновать методический подход к формированию межкультурной компетенции у студентов первого курса механико-математического факультета БГУ, основанный на анализе смоделированной коммуникативной неудачи в контексте академической дискуссии о решении уравнений с многочленами, и описать результаты его апробации в трёх учебных группах.

В современном глобальном мире особую значимость приобретают универсальные компетенции. Например, способность человека успешно действовать в условиях культурного многообразия, эффективно общаться и вести профессиональную деятельность в поликультурной среде [1, с. 186]. Вслед за М. Байрамом под межкультурной компетенцией мы понимаем «способность личности успешно взаимодействовать с представителями других культур, что включает открытость, знания о других культурах, умения интерпретировать события чужой культуры и соотносить их с собственной, а также критическое осознание своей культурной обусловленности» [7, с. 10]. Применительно к студентам-математикам это означает не только владение математическим языком, но и понимание того, что в разных академических традициях могут по-разному оцениваться методы, формы аргументации и способы выражения несогласия.

В зарубежной науке межкультурная компетенция традиционно включает три компонента: проявление уважения к другому человеку, позитивную реакцию на его поведение (свободную от предубеждений), принятие точки зрения собеседника, а также толерантность к неопределённым и новым ситуациям [2, с. 90].

Позднее была предложена более развёрнутая модель, согласно которой межкультурная компетенция определяется как способность «достигать в равной степени успешного понимания как представителей других культур и коммуникационных сообществ, так и представителей своей культуры» [2, с. 91]. Эта модель

включает знание коммуникативных моделей и их интерпретаций в родной и изучаемой культуре, общие знания о связи культуры и коммуникации (включая зависимость мышления и поведения от культурно-специфичных особенностей), а также набор стратегий для стабилизации взаимодействия и разрешения возникающих трений. Достоинство данного подхода – в выделении двух взаимосвязанных сторон межкультурной компетенции: способности понимать как чужую, так и родную культуру. Кроме того, установление связи между мышлением и поведением выводит межкультурную компетенцию на более осознанный, культурологический уровень [3, с. 57].

Понятие коммуникативной неудачи, опираясь на труд О.Н. Ермаковой и Е.А. Земской, определяется как «полное или частичное непонимание высказывания партнёром коммуникации, при котором не достигается намерение говорящего» [4, с. 32]. В математической среде такой неудачей может стать не столько неверное решение, сколько неудачно выраженное предложение или критика, воспринятая как личное оскорбление.

Причина часто кроется не в недостатке языковых знаний, а в рассогласовании коммуникативных стратегий: в одной культуре принята прямая аргументация («вы не правы»), в другой – косвенная («возможно, есть и другой подход»). Для студентов, привыкших к однозначной истинности математического утверждения, переход к многовариантности коммуникативных стратегий представляет особую трудность [6, с. 99].

Для будущих специалистов неязыковых специальностей межкультурная академическая переписка представляет собой не столько лингвистическую, сколько культурно-прагматическую проблему. Её решение лежит не в плоскости дополнительного изучения грамматики или расширения словарного запаса, а в развитии межкультурной компетенции. Способность распознавать коммуникативные нормы иной культуры и гибко адаптировать своё речевое поведение в зависимости от контекста должна стать не факультативным дополнением, а неотъемлемой частью процесса образования, особенно для студентов, планирующих академическую или профессиональную мобильность. Осознание того, что вежливость не универсальна и что формулы, работающие в одной культуре, могут давать сбой в другой, – первый и самый важный шаг к преодолению коммуникативных барьеров [5, с. 495].

Кейс-технология давно используется в межкультурном тренинге. Он предполагает анализ короткой ситуации, в которой произошёл сбой общения, и поиск культурно обусловленных причин этого сбоя. В настоящем исследовании этот метод был адаптирован для работы с первокурсниками-математиками на материале академической дискуссии о методах решения многочленов – темы, непосредственно изучаемой в рамках курса алгебры.

Апробация подхода проводилась на механико-математическом факультете БГУ. В ней принял участие 41 студент первого курса, обучающийся в трёх академических группах. Всего было проведено 4 занятия по 2 академических часа (8 часов) в течение двух недель. Занятия проходили в рамках практических занятий по иностранному языку (английский) и были интегрированы в тему «*Polynomials*» ‘многочлены’, уже изученную в основном курсе математики.

На первом занятии студенты заполнили стартовую рефлексивную анкету (не формализованную, с открытыми вопросами), в которой, в частности, отвечали на вопрос о том, что для них важнее при обсуждении математической проблемы с иностранным коллегой – правильность решения или форма, в которой оно пред-

ставлено. Около 80% студентов (33 из 41) высказали мнение, что «главное – правильно решить, а объяснить можно и на бумаге, формулами», «математика интернациональна, формулы везде одинаковы». Также 85% студентов (35 из 41) признались, что испытывают страх или тревогу при необходимости написать письмо на английском зарубежному учёному, но связывают это в основном с недостатком языковых знаний, а не с незнанием коммуникативных норм.

Далее в течение двух недель проводилась серия занятий по описанной ниже методике. Центральным элементом стал кейс, смоделированный на основе учебного материала о многочленах.

Содержание кейса: группа белорусских студентов участвует в международном онлайн-семинаре с коллегами из Германии и Индии. Обсуждается задача решения полиномиального уравнения третьей степени. Белорусский студент предлагает использовать формулу Кардано, дающую точное аналитическое решение. Немецкий студент настаивает на численном методе (метод Ньютона), который быстрее даёт результат, хотя и приближённый. Индийский студент предлагает разложение на множители через подбор корней. Белорусский студент пишет в общий чат: «*Cardano's formula gives the exact solution, while numerical methods are only approximate. Your proposal is less accurate*» ‘Формула Кардано даёт точное решение, в то время как численные методы являются лишь приближёнными. Ваше предложение менее точно’. Немецкий студент обижается и выходит из обсуждения. Студентам предлагается проанализировать, почему прямое указание на «менее точный» метод было воспринято как оскорбление, и предложить альтернативные формулировки, которые сохраняют научную аргументацию, но не задевают партнёра.

Тайминг одного 90-минутного занятия был следующим:

- 5 минут – краткое повторение типов многочленов и основных методов их решения (численные методы, разложение на множители) с опорой на ранее изученный материал.
- 10 минут – предъявление кейса: преподаватель зачитывает ситуацию, демонстрирует слайд с текстом сообщения студента, просит студентов представить себя на месте немецкого коллеги.
- 15 минут – работа в мини-группах (3–4 человека): студенты обсуждают, почему возник конфликт, и записывают 2–3 альтернативные формулировки сообщения.
- 20 минут – общая дискуссия: каждая группа представляет один альтернативный вариант, группа выбирает наиболее удачный с точки зрения межкультурной чувствительности. В ходе обсуждения преподаватель фиксирует на доске ключевые идеи (например, «использовать *we* ‘мы’ вместо you ‘ты/вы’», «признать достоинства другого метода», «начать с вопроса, а не с утверждения»).
- 15 минут – рефлексия в парах: студенты обсуждают вопросы: «Что было самым трудным в этом задании? Приходилось ли вам сталкиваться с похожим в учёбе или в жизни?» Отдельные ответы зачитываются вслух.
- 15 минут – мини-лекция преподавателя о том, как культурные различия влияют на академическую коммуникацию (без сложной терминологии: объясняется, что в разных культурах по-разному принято выражать несогласие, что прямота может восприниматься как грубость, а вежливая косвенность — как неуверенность).

- 10 минут – индивидуальное задание на дом: написать короткий пост (10–12 предложений) в учебный форум на тему «Как я буду общаться с зарубежными коллегами после этого занятия».

Аналогичные кейсы (с вариациями на тему обсуждения других математических методов) были использованы на последующих занятиях. Между занятиями студенты выполняли домашние задания на составление вежливых писем зарубежным учёным (*Write a blog post discussing the relevance of algebraic equations in everyday life* ‘Напишите сообщение в блоге, обсуждающее значимость (актуальность) алгебраических уравнений в повседневной жизни’), которые затем анализировались в группе.

По окончании серии занятий (после 8 академических часов) была проведена итоговая рефлексия, аналогичная стартовой. Студенты отвечали на те же открытые вопросы, а также писали краткое эссе о том, изменилось ли их отношение к важности коммуникативной формы при обсуждении математических проблем.

Качественный анализ ответов и рефлексий показал следующую динамику. Доля студентов, которые по-прежнему считают, что «главное – правильно решить, а форма не важна», сократилась с 80% (33 студента) до менее трети (около 30%). Некоторые студенты сохранили прежнюю установку, но с оговорками. Более половины студентов (около 22–25 человек) в итоговых эссе прямо указали, что изменили своё мнение. Типичные высказывания: «Раньше я думал, что если я правильно решил уравнение, то меня обязаны выслушать. Теперь понимаю, что даже правильное решение можно подать так, что никто не захочет его слушать»; «Для нас естественно говорить прямо: этот метод точнее, а этот более запутанный. Но оказалось, что в других культурах это могут воспринять как личное оскорбление. Нужно быть гибче».

Страх и тревога при необходимости написать письмо на английском зарубежному учёному снизились с 85% (35 студентов) до примерно 20% (8–9 студентов). При этом студенты отмечали, что их беспокойство теперь связано не только с языком, но и с желанием правильно подобрать тон. Одна из студенток, ранее участвовавшая в международной олимпиаде, в итоговой рефлексии написала: «В общем и целом начать коммуницировать с иностранцем сложно: боишься подобрать не ту интонацию, не те слова. Но когда тебе отвечают, тебя понимают, сразу в голову приходит очень много фраз в ответ. И если человек и вправду хочет с тобой общаться, то он поможет подобрать нужные слова. Мой опыт был положительным хотя бы потому, что собеседники не обращали внимания на мои ошибки, и мне не было разницы до их ошибок, главное – узнать друг друга». Это высказывание показывает переход от недифференцированной тревоги к более осознанному и позитивному восприятию межкультурной коммуникации, что также можно рассматривать как важный результат апробации.

Наиболее показательным результатом стало появление у студентов способности формулировать альтернативные, более вежливые варианты сообщений. В ходе групповой работы были предложены, например, такие переформулировки исходной фразы:

«Both methods have their strengths: Cardano’s formula gives exact solution, while numerical methods are faster. Which criterion is more important for our task?» ‘Оба метода имеют свои преимущества: формула Кардано даёт точное решение, в то время как численные методы работают быстрее. Какой критерий важнее для нашей задачи?’.

«I wonder if we could compare the accuracy of different approaches. Would you agree that exact solution might be preferable here?» ‘Интересно, могли бы мы сравнить точность разных подходов. Согласны ли вы, что точное решение здесь может быть предпочтительнее?’.

«Thank you for suggesting numerical methods. They are indeed efficient. However, for this specific equation, maybe we can also try this formula to get an exact result?» ‘Спасибо за предложение использовать численные методы. Они действительно эффективны. Однако для этого конкретного уравнения, возможно, мы также можем попробовать эту формулу, чтобы получить точный результат?’.

Эти примеры показывают, что студенты освоили такие приёмы, как признание достоинств чужого метода, использование вопросительных конструкций вместо утвердительных, смягчение критики через «*we*» ‘мы’ и «*maybe*» ‘возможно’.

Вместе с тем в ходе апробации были выявлены и трудности. Для студентов-первокурсников, привыкших к однозначной истинности математических утверждений, задание «найти несколько разных формулировок одной и той же мысли» оказалось непривычным. Некоторые испытывали дискомфорт от отсутствия единственно правильного ответа. В рефлексиях звучало: «В математике есть правильное и неправильное, а тут вдруг нужно выбирать из нескольких вариантов, и все могут быть хороши – это странно». Эта трудность, однако, была преодолена в процессе групповых обсуждений, где студенты видели, что разные группы предлагают разные, но равно приемлемые варианты.

Проведённая апробация подтвердила, что целенаправленный анализ коммуникативных неудач на материале профессионально значимых ситуаций способствует формированию межкультурной компетенции у студентов. За 8 академических часов удалось заметно изменить установку «главное – правильное решение, а форма не важна» у большей части участников, а также существенно снизить страх перед письменной коммуникацией на английском языке.

Предложенный кейс с многочленами и международным онлайн-семинаром показал свою эффективность благодаря близости к учебному материалу (студенты только что изучили различные методы решения уравнений) и актуальности для будущей профессиональной деятельности (участие в международных проектах). Тайминг занятия, включавший групповую работу, общую дискуссию, рефлексию и короткую лекцию преподавателя, был признан студентами удобным и не перегруженным.

Перспективы дальнейшего исследования связаны с разработкой банка аналогичных кейсов на другие темы математики, а также с более формализованным измерением изменений с использованием опросников. Кроме того, целесообразно распространить данный опыт на старшие курсы, где студенты уже имеют реальный опыт участия в международных конференциях и могут предоставить собственные примеры коммуникативных удач и неудач.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Агеева, А.В. Проблема формирования межкультурной компетенции / А.В. Агеева // Инновационная наука. – № 6–1. – 2015. – С. 186–187.

2. Апальков, В.Г. Компонентный состав межкультурной компетенции / В.Г. Апальков, П.В. Сысоев // Вестник Тамбовского университета. – Серия: Гуманитарные науки. – №8. – 2008. – С. 89–93.

3. Герасимова, И.Г. Структура межкультурной компетенции / И.Г. Герасимова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – №67. – 2008. – С. 55–62.

4. Ермакова, О.Н. К построению типологии коммуникативных неудач / О.Н. Ермакова, Е.А. Земская // Русский язык в его функционировании. – М.: Наука, 1993. – 345 с.

5. Зинатуллина, М.А. Коммуникативные неудачи в межкультурной академической переписке / М.А. Зинатуллина, А.В. Романов // Вестник науки. – № 2 (95). – 2026. – С. 492–497.

6. Серебрякова, А.Ю. О причинах коммуникативных неудач / А.Ю. Серебрякова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – Серия: Лингвистика. – № 1. – 2013. – С. 98–100.

7. Byram M. Assessing Intercultural Competence in Language Teaching / M. Byram // Sprogforum. – 2000. – N 18. – Vol. 6. – pp. 8–13.

FORMATION OF INTERCULTURAL COMPETENCE IN STUDENTS OF NON-LINGUISTIC SPECIALTIES THROUGH THE ANALYSIS OF PROFESSIONAL COMMUNICATION FAILURES

A.S. Sazonchik
Belarusian State University
Minsk, Belarus, SazonchikAS@bsu.by

The article addresses the problem of forming intercultural competence. Its relevance is determined by the need to train specialists for effective intercultural interaction. The author describes the testing of a methodological approach based on the analysis of a simulated communication failure. The results of qualitative observation are presented, and a conclusion is drawn about the feasibility of implementing the case method to overcome "mathematical egocentrism" in communication with foreign colleagues.

Keywords: intercultural competence; students; communication failure; case method; academic discussion.

УДК 316.77

КОММУНИКАТИВНЫЕ НЕУДАЧИ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ СЕТЕВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

А.А. Саматыя
Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь, SamatyaAA@bsu.by

В данной работе рассматривается специфика интерпретации косвенных речевых актов в условиях асинхронной и зачастую опосредованной коммуникации. В онлайн режиме интерпретация косвенных речевых актов может привести к дополнительным трудностям, связанным с возрастанием недопонимания и разногласий, поскольку в информационном онлайн пространстве отсутствует значительный объём невербальных сигналов и ситуативного контекста, который обычно сопровождает непосредственное общение.

Ключевые слова: сетевая межкультурная коммуникация; косвенные речевые акты; коммуникативные неудачи; обратная связь.

Коммуникативная неудача становится распространённым феноменом развития современного информационного общества. Недостоверность данных, неверная их интерпретация приводят к недопонимаю и конфликтам. «Коммуникативная неудача является результатом неуспешной коммуникации, в основе которой лежат неправильно выбранные языковые средства или тактики и стратегии говорящего, отрицательное действие которых можно проследить на стадии коммуникативного дискомфорта» [1, с. 5].

Б.Ю. Городецкий трактует понятие коммуникативной неудачи следующим образом: «Коммуникативная неудача в широком смысле - всякая коммуникативная неудача, то есть любой случай, когда с помощью речевого действия не достигается его практическая цель. Коммуникативная неудача в узком смысле: коммуникативная неудача, при которой не достигнута не только практическая цель, но и коммуникативная цель» [3, с. 68].

Под коммуникативными неудачами в онлайн-среде понимаются нарушения в процессе обмена информацией. Эти сбои приводят к неправильному восприятию передаваемого сообщения реципиентом, препятствуя достижению намеченных коммуникативных целей или провоцируя возникновение конфликтных ситуаций. К числу основных факторов, способствующих появлению затруднений, относятся:

1) отсутствие интонации, мимики и жестов;

2) имплицитность косвенных высказываний, которая может привести к их буквальному или ошибочному пониманию;

3) невозможность оперативно уточнить информацию или подтвердить правильность понимания запрашиваемых сведений, что увеличивает риск недопонимания между собеседниками;

4) текстовая форма может искажать или усиливать эмоциональный фон, приводя к неадекватной реакции;

5) информация, передаваемая в режиме онлайн, может не учитывать специфику интернет-платформы и ожидания получателя, что также может быть воспринято негативно.

Для предотвращения коммуникативных неудач в онлайн-среде рекомендуется применять следующие стратегии:

1) следует использовать простые формулировки, избегать сленга и избыточной терминологии, особенно при одновременном общении со множеством людей (рабочий чат, рассылка информационного письма на конференцию и т.д.);

2) сообщения, имеющие особую значимость, будет целесообразным дополнить косвенной просьбой или предложением с более развёрнутым пояснением;

3) необходимо применять средства структурирования текста: разбивка на абзацы, использование маркированных списков, выделение ключевых моментов полужирным, курсивом или подчёркиванием, что посодействует улучшению его читабельности и понимания;

4) следует внимательно относиться к выбору лексики и пунктуации, для адекватной передачи эмоций и предотвращения их искажения.

5) не использовать эмодзи (смайлики) при межкультурном диалоге, поскольку они могут способствовать искажению информации и неверной трактовке сообщений;

6) перед отправкой сообщения следует перечитать его с точки зрения потенциального адресата для выявления возможных двусмысленностей и неточностей.

Применение вышеперечисленных стратегий нацелено на минимизацию рисков возникновения коммуникативных неудач на этапе формирования и отправки сообщения, повышению его ясности, простоты и конкретности. Однако учитывая асинхронный характер онлайн-взаимодействия, обеспечение полноценной эффективности коммуникации требует не только качественной передачи информации, но и верификации её восприятия и понимания адресатом.

В связи с этим рассмотрим следующий аспект: обратная связь. Она является связующим звеном между сторонами и способствует формированию эффективной

коммуникации, что особенно значимо в условиях взаимодействия посредством Интернета, где у коммуникантов ограничены возможности немедленного получения ответа. Следует отметить, что наличие обратной связи влияет на:

1) точность понимания и интерпретацию сообщения адресатом;

2) получение отклика на свои действия или сообщения стимулирует дальнейшее участие в коммуникационном процессе;

3) построение позитивных взаимоотношений между участниками диалога;

4) повышение качества контента и сервисов на различных онлайн- ресурсах.

В связи с рассматриваемыми стратегиями необходимо подчеркнуть, что ещё одним аспектом обеспечения результативного взаимодействия в онлайн пространстве выступает забота о наличии и сохранении обратной связи. Этот компонент выступает в качестве важного связующего звена, необходимого для подтверждения понимания, корректировки дальнейших действий и поддержания полноценного диалога, что действительно значимо в условиях опосредованной сетевой коммуникации с присущими ей ограничениями в получении немедленной обратной связи.

Понятие обратная связь или фидбэк (feedback) было предложено учёным Норбертом Винером. Он был признан одним из основателей кибернетики [2, с. 158]. Появление данного термина преследовало цель преодолеть ограничений, характерных для упрощённой линейной модели коммуникации, и представлении её как циклического процесса. Обратная связь даёт возможность отправителю адаптировать своё сообщение к социальному контексту в соответствии с реакцией и потребностями адресата, а также вносить изменения в стратегию взаимодействия сторон в реальном времени или асинхронно. В то время как специфика некоторых каналов передачи информации может затруднять процесс обратной связи, возможность её организации существует практически повсеместно. Для реципиента наличие такого механизма способствует повышению уверенности в процессе диалога и наделяет его определённой степенью контроля над его дальнейшим развитием.

Шумы и помехи представляют неотъемлемую характеристику любого канала передачи информации. Несмотря на это, когнитивные системы адресатов зачастую способны эффективно преобразовать или восполнять фрагменты сообщения при наличии частичных искажений, опираясь на его внутреннюю избыточность, что позволяет обеспечить адекватное восприятие в условиях помех.

Обратная связь – это процесс, осуществлённый с помощью следующих способов: проведение опросов, организация узкоспециализированных услуг приёма обращений (например, горячих линий) систематический мониторинг распространения данных и исследования реакции на сообщения в информационном пространстве. Обработка данных позволяет рационализировать основные параметры коммуникативного процесса, включая адаптацию содержания самого сообщения к социальному контексту, пересмотр выбранного канала его доставки и коррекцию характеристик источника информации.

Применение механизмов обратной связи позволяет качественно определять группу характерных ошибок, возникающих на различных этапах передачи сообщений. К числу наиболее часто выявляемых проблем относятся:

1) дисбаланс между выбранным лингвистическим или иным кодом сообщения и спецификой целевой аудитории;

2) неверный выбор канала коммуникации для поставленной задачи;

3) наличие избыточного уровня шума или загруженность в канале передачи данных;

4) несоответствие кода характеристикам предполагаемой аудитории может стать критическим фактором, ведущим к неприятию или неверному декодированию сообщения.

Также, обратная связь имеет характерные проблемы, появлявшиеся в процессе обмена информацией. По этой причине следует обратить внимание на способы организации связи:

1) предоставление пользователям удобных инструментов для выражения своего мнения (комментарии, рейтинги, системы поддержки);

2) мотивация пользователей через призывы к действию, проведение опросов, квизов, тестирований, конкурсов активности;

3) необходимость своевременного рассмотрения полученных отзывов и предоставление ответов, даже если это просто подтверждение получения сообщения;

4) во время работы с отрицательным фидбэком проявляемые сострадание и сочувствие, стремление разобраться в проблеме и разработке механизмов её решения;

5) использование полученных данных для анализа потребностей пользователей (целевой аудитории), выявление недостатков и планирования улучшений;

6) предоставление наглядного примера пользователям того, как их воздействие положительно влияет на развитие ресурса или улучшение взаимодействия.

Таким образом, коммуникативные неудачи в сетевом пространстве являются сложным и многофакторным явлением, которое оказывает значительное влияние на эффективность межличностного взаимодействия. Понимание причин их возникновения и способов устранения имеет важное значение для повышения качества онлайн-коммуникации и укрепления доверия между её участниками.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Айтенова, И. К. Речевое поведение радиоведущего в ситуациях коммуникативного дискомфорта (на примере программ информационно-развлекательного вещания) / И. К. Айтенова, Л. А. Балобанова // Вестник Томского гос. ун-та. Филология. – 2016. – № 5 (43). – С. 5–23.

2. Винер, Н. Кибернетика, или Управление и связь в животном и машине. / Пер. с англ. И.В. Соловьева и Г.Н. Поварова; Под ред. Г.Н. Поварова. – 2-е издание. – М.: Наука; Главная редакция изданий для зарубежных стран, 1983. – С. 158–165

3. Городецкий, Б. Ю. К типологии коммуникативных неудач / Б. Ю. Городецкий, И. М. Кобозева, И. Г. Сабурова // Диалоговое взаимодействие и представление знаний. – Новосибирск, 1985. – С. 64–78.

COMMUNICATIVE FAILURES IN INTERCULTURAL COMMUNICATION

A.A. Samatya

Belarusian State University

Minsk, Belarus, SamatyaAA@bsu.by

This article examines the specifics of interpreting indirect speech acts in the context of asynchronous and often indirect communication. Online interpretation of indirect speech acts can lead to additional difficulties associated with increased misunderstandings and disagreements, since the online information space lacks a significant number of non-verbal signals and situational context that usually accompanies direct communication.

Keywords: network intercultural communication; indirect speech acts; communicative failures; feedback.

УДК 811.161

ОПЕРАЦИИ С КОДОМ КАК АТРИБУТ ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Т.И. Свистун
Белорусский государственный университет иностранных языков
Минск, Республика Беларусь, tess17@mail.ru

Существование белорусского сообщества в системе двух языковых систем формирует поликультурную идентичность, атрибутами которой являются переключение и смешение кода с русского языка на белорусский, зафиксированные в билингвальном медиапространстве Беларуси. Русский язык доминирует как язык общения, а белорусский – выступает индикатором национальной принадлежности.

Ключевые слова: идентитарные исследования; поликультурная идентичность; медиапространство; переключение кода; смешение кода, билингвальное сообщество.

Развитие современного общества неразрывно связано с мировыми процессами глобализации, миграции и цифровизации. Активность этих процессов, неизбежно, сказывается на вопросах идентификации индивида, группы, сообщества, что и привело к возникновению направления «идентитарные исследования» от английского *identity studies*, в рамках которого идентичность рассматривается как особый и чрезвычайно значимый механизм категоризации через призму целого ряда научных областей: лингвистики, психологии, социологии, культурологии, теории коммуникации, теории межкультурной коммуникации и т.д. Этот междисциплинарный подход и реализуется в работе.

Формирование национальной идентичности в Республике Беларусь имеет свою специфику, обусловленную исторически сложившимся русско-белорусским двуязычием, закрепленным на государственном уровне с ярко выраженной асимметрией в сторону превалирования русского языка во всех сферах жизни. По итогам переписи населения в 2019 году 52% жителей республики указали белорусский язык в качестве родного, а русский язык считают родным всего 32% [3]. Подобная ситуация предполагает, что жители страны в достаточной мере владеют и русским, и белорусским языками и часто переключаются с одного на другой язык. Цель данного исследования – выявить особенности кодовых лингвистических операций в институциональном и персонально ориентированном медиапространстве Беларуси. Институциональный медиадискурс в данной работе представлен ток-шоу белорусских телеканалов ОНТ «Еще не вечер» и СТВ «Да! Но…», а персонально ориентированный – сообщениями пользователей форумов на onliner.by и комментариями подписчиков you-tube каналов ОНТ и СТВ. Объем видеофрагментов составляет около 300 минут, объем сообщений пользователей – 500 единиц. Выбор указанных источников связан с одной стороны с тем, что это открытые источники, а с другой стороны в указанных форматах коммуникации собеседники могут позволить себе не придерживаться литературной нормы одного из языков и использовать единицы другого языка для достижения тех или иных прагматических целей.

Под операциями с кодом понимаются разные способы включения элементов одного языка в речь на другом. Многочисленные исследования переключений кода, смешения кодов, иноязычных вкраплений, заимствований и степени их освоенности языком-реципиентом свидетельствуют о том, что операции с кодом – это значимый объект социолингвистического исследования. Ученых интересуют и

переключение/смешение кода в билингвальных сообществах (У. Вайнрайх, Э. Хауген, К. Майерс-Скоттон, Дж. Максвон, Ш. Поплак), в том числе и в Беларуси (Н.Б. Мечковская, И.В. Лисковец), и виды вкраплений, заимствований и степень их освоенности (В.М. Аристова, К.Л. Егорова, Е.В. Маринова, Л.П. Крысин, В.П. Да-ниленко), и специфика кодовых операций в интернет-дискурсе (К.А. Белова, Д. Йохансон) и т.д. Наиболее известный из терминов – переключение кода. Под ним понимается использование единиц одного языка в рамках предложения или текста на другом. Примером переключения кода могут стать фрагменты из произведений современных авторов-билингвов, зачастую имеющих опыт миграции, в которых писатели переходят с одного языка на другой: *В дверь заглядывает Петер. Herr Fischer. Вершитель судеб. Подмигивает, мол, пора* («Венерин волос» М. Шишкин). Рядом с переключением кода стоит смешение кода. Термины часто используют как синонимы, хотя смешение скорее описывает ситуацию, когда элементы двух языков сосуществуют внутри одного предложения. Ещё одно понятие – иноязычное вкрапление (или включение). Это слово или словосочетание, переданное средствами языка-донора без какой-либо адаптации. Оно остаётся неосвоенным языком-реципиентом: *давайте поговорим tête-à-tête.* Если же языковая единица языка-донора подвергается адаптации, ее статус меняется, и она становится заимствованием. При этом степень ассимиляции заимствования может варьироваться. Так, англоязычная единица *look* прошла путь от вкрапления до полностью ассимилированного заимствования. Изначально ее можно было встретить в модных журналах в оригинальном написании: *Прекрасный look!* Затем постепенно у нее стали появляться окончания. В примере ниже к *look* присоединяется русское окончание, которое пишется через апостроф: *Давайте соберем несколько look'ов*. Затем эта языковая единицами прошла и графическую, и грамматическую адаптацию и теперь является полноправной языковой единицей русского языка, т.е. является полностью ассимилированным заимствованием: *стильные луки*, *модный лук*, *луки из базовой одежды*, *как превратить спортивные вещи в элегантный лук*.

Классификация операций с кодом – вопрос, требующий дальнейшей разработки, поскольку при функционировании в речи элементы разных языков переплетаются настолько тесно, что не всегда понятно, где заканчивается одно явление и начинается другое. Кроме того, часть кодовых операций, в частности переключение и смешение кода, относятся к билингвальной коммуникации. В этом смысле мы разделяем точку зрения У. Вайнрайха, который, определяя переключение кода, утверждал, что оно возможно в случае, когда индивиды владеют двумя или несколькими языковыми системами в той или иной степени и используют каждую в отдельности – в зависимости от требований обстановки [1, с. 25–28]. А Э. Хауген видел в данном явлении ситуацию сосуществования двух языковых систем, т.е. тоже соотносил переключение кода с билингвальным общением [5, с. 345–350]. В противовес включение и заимствование, как правило, соотносятся с монолингвальным общением. Между собой они различаются степенью освоенности в языке. Иноязычное вкрапление сохраняет оригинальное написание, представляет собой начальный этап освоения заимствованного слова языком-реципиентом. А лексическое заимствование, в свою очередь, становится частью принимающего языка и адаптируется им фонетически и грамматически.

В целях нашего исследования мы остановимся на случаях переключения и смешения кода, подразумевая разные по объему операции с языковыми кодами в ситуации билингвизма, поскольку наш материал иллюстрирует именно такую си-

туацию, ситуацию русско-белорусского двуязычия. На уровне текста, предложения или структурной части сложного предложения мы выделяем *переключение кода* как переход из одной языковой системы в другую, а на уровне слова и словосочетания – *смешение кода*. Выбор именно этих кодовых операций обусловлен их связью с формированием культурной идентичности. Справедливости ради, стоит отметить, что в материале исследования были зафиксированы и русско-польские, русско-английские *включения* и *заимствования* из английского языка, использование которых в основном было связано с предметно-тематической функцией и не затрагивало вопросы культурной идентичности говорящих. Например, англицизмы *мемы, рилзы, рофлить, гаджеты, донат, стриминг, геймер* были отмечены в ток-шоу и комментариях, связанных с цифровыми технологиями, социальными сетями, компьютерной техникой, а *включения* были зафиксированы на тематическом форуме о путешествиях: *Когда начинается check-in? Без karty pobytu ни с какими другими доками [счет] не открывают*; *…брал double deluxe на двоих.* Отметим также, что любая кодовая операция, независимо от ее вида, выполняет в первую очередь номинативную функцию, и ее употребление в речи призвано назвать объект, явление или процесс, хотя при ее применении может быть выявлен и дополнительный функциональный потенциал.

В ходе анализа корпуса исследования были получены следующие наблюдения. В первую очередь, стоит отметить, что основным языком общения был русский, как в ток-шоу, так и на форумах. Соответственно, в подавляющем большинстве случаев речь шла о русско-белорусских кодовых операциях. Белорусскоязычные коммуниканты были зафиксированы менее, чем в 10%, и случаи их переключения с белорусского на русский единичны. Необходимо отметить и тот факт, что коммуниканты, разговаривающие на белорусском языке, встречались только в тех ток-шоу и форумах, темы которых касались государственного суверенитета, патриотизма, национального самосознания, роли белорусского языка.

Русско-белорусское переключение кода более характерно для институционального медиадискурса. Так, в белорусских ток-шоу ведущие часто цитируют белорусских прозаиков и поэтов, когда речь идет о любви к Родине, патриотизме, национальных ценностях: *Не шукай ты шчасця-долі на чужым, далёким поле. Слова классика, актуальные во все времена* (ОНТ «Еще не вечер», 20 июня 2025 г.); *Как говорится, каб любіць Беларусь нашу мілую, трэба ў розных краях пабываць* (СТВ, «Да! Но…», 25 сентября 2024 г.). Приводятся цитаты Я. Купалы, В. Короткевича, М. Богдановича, А. Ставера, Р. Бородулина и др. Как видно из примеров выше и далее, переключение осуществляется либо в рамках нескольких предложений, либо в рамках одной из структурных частей сложных предложений: *Кто-то всегда будет говорить, что беларуская мова ў заняпадзе* (СТВ, «Да! Но…», 22 апреля 2026 г.); *а что тут спорить… беларуская мова – гэта наша ідэнтычнасць* (СТВ, «Да! Но…», 30 октября 2024 г.). Переключение с русского на белорусский язык в персонально ориентированном жанре комментария чаще связано с выполнением фатической функции и представлено формулами приветствия, прощания, благодарности, извинения: *Прывітанне! есть тут знающие люди?; Дзякуй! Очень интересный материал))*. Цитирование также иногда встречается и в комментариях интернет-пользователей, в том числе и своих собственных стихотворных произведений.

Смешение кода было зафиксировано и в ток-шоу, и в комментариях. Так, в ток-шоу, посвященном обсуждению места белорусского языка в жизни современного белорусского общества, количество белорусских слов, особенно слова *мова*, было

чрезвычайно высоким: *Мова – это все-таки про уважение; Насколько актуально захаваць нашу мову? …когда-то наши предки размаўлялі, карысталіся единым старославянским языком;* (СТВ, «Да! Но…» 22 апреля 2026 г.). В приведенных выше примерах их авторы, в основном говоря по-русски, привносят в свою речь слова или словосочетания из белорусского языка: *мова*, *захаваць нашу мову, размаўлялі, карысталіся, носьбіт*.

Смешение кодов придает большую эмоциональность высказываниям: *Вернулся я з Парыжу; … скасавалі весь возможный фонд; Не слишком змерзлі? Совсем падурэлі?* Интересно отметить, что оно, зачастую выполняя экспрессивную функцию, обладает как способностью передать негативные эмоции, так и позитивные. Так, в примерах и в институциональной, и персонально ориентированной коммуникации белорусские языковые единицы *паплечник, адраджэнне, змагары* усиливают критику по отношению к особенно патриотично настроенным гражданам: *паплечнікі старого политика; никакого адраджэння; … змагары используют ополяченную белорусскую мову.* А в примерах *Она – добрая дзяўчына! Отстаньте от нее!; Россияне тоже «купляюць беларускае»; Ой, дзякуй за помощь* белорусскоязычные единицы, наоборот, придают позитивную окраску высказыванию.

Смешение кода на уровне слов и словосочетаний также может быть вызвано стремлением к экономии усилий. Например, во фрагментах ниже из комментариев пользователей осуществлено смешение кода, и для обозначения школьного предмета «белорусский язык» употребляется эквивалентная единица, привычная для всех школьников Беларуси *белмова*: *Те, кто агрессивно внедряют белмову, сами ее не знают; Говорят про развитие, но не сказали, что в основном обучение на белмове происходит в деревнях…; У нас на Гродненщине часто в семье говорят на белмове*. Таким образом коммуниканты экономят свои усилия для наименования школьного предмета.

Результаты исследования показали, во-первых, что переключение и смешение кода являются основными кодовыми операциями в билингвальном медиапространстве Беларуси. При этом вторая операция представлена более широко по сравнению с первой, характерной для институциональной коммуникации. Во-вторых, русский язык доминирует как язык общения, а белорусский – выступает языком переключения. В-третьих, русско-белорусские кодовые операции выполняют целый ряд функций: номинативную, экспрессивную, предметно-тематическую, фатическую и др., но самой важной функцией для них является то, что они становятся индикатором национальной принадлежности. Данный факт указывает на то, что язык воспринимается как значимый этнодифференцирующий признак. Он же объясняет и результаты переписи населения Беларуси 2019 г, согласно которым большинство жителей Беларуси, не говоря в повседневной жизни на белорусском, тем не менее, назвали именно этот язык родным. В этом смысле наш вывод созвучен выводу исследования переключения на белорусский язык русскоязычных жителей г. Минска, проведенного И.В. Лисковец в 2018 г., о том, что самым важным фактором, влияющим на частотность переключения кода, является национальная идентификация [с. 93-94]. Ощущение принадлежности к нации, этносу необходимо, ведь оно создает опору в жизни, поскольку «межпоколенная группа устойчива во времени, для нее характерна стабильность состава» [4, с. 5].

Как известно, этнодифференцирующими признаками для социального образования могут выступать общность территории и исторической памяти, религиозная принадлежность, язык, национальный характер, следование общим нормам и цен-

ностям. Существование белорусского сообщества в системе двух языковых систем формирует поликультурную идентичность, определяя которую мы имеем в виду психологическую и социальную готовность к межкультурному взаимодействию, способность активно включаться в разнообразие коммуникативных эпизодов и действовать в соответствии с нормами и ценностями, присущими конкретному культурному контексту. На нашем материале атрибутами поликультурной идентичности белорусов выступает владение двумя языками и переключение между ними, что обеспечивает эффективное взаимодействие в рамках поликультурного контекста. Исследование доказывает, что национальная идентичность белорусов имеет поликультурную природу и базируется в том числе и на двуязычии. И русский, и белорусский языки значимы для процесса самоидентификации жителей Республики Беларусь, хотя их функционирование и прагматика различны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Вайнрайх, У. Одноязычие и многоязычие / У. Вайнрайх // Новое в лингвистике. – Вып. 6. – М., 1972. – С. 25–60.

2. Лисковец, И.В. Русско-белорусское переключение кодов в г. Минске / И.В. Лисковец // Коммуникативные исследования. – 2018. – №1 (15). – С. 85-96.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь – URL: https://www.belstat.gov.by/ (дата обращения – 20.02.2026).

4. Стефаненко, Т. Г. Этническая идентичность: от этнологии к социальной психологии / Т.Г. Стефаненко // Вестник Московского университета. – Серия 14. Психология. – 2009. – №2. – с.3-17.

5. Хауген, Э. Процесс заимствования / Э. Хауген // Новое в лингвистике. – М., 1972. – Вып. 6. – С. 344–382.

CODE OPERATIONS AS AN ATTRIBUTE OF POLYCULTURAL IDENTITY

T.I. Svistun

Belarussian State University of Foreign Languages
Minsk, Belarus, tess17@mail.ru

The existence of Belarusian society within two language systems forms polycultural identity, whose attributes are code-switching and code-mixing from Russian into Belarussian, which were registered in bilingual media landscape of Belarus. Russian dominates as the language of communication whereas Belarussian serves as an indicator of national identity.

Keywords: identity studies; polycultural identity; media landscape; code-switching; code-mixing, bilingual community.

УДК 81 – 811.11

ПОЛИТИЧЕСКАЯ РИТОРИКА КАК АГЕНТ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ

Е.М. Семенова

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики
Россия, semenovae63@gmail.com

В статье представлен анализ способов оказания воздействия на общественное сознание посредством риторических приемов и языковых средств, обладающих манипулятивной природой. Материалом для исследования послужили выступления американского

президента Д. Трампа в 2025 и 2026 г.г., посвященные внешней политике США по отношению к Ирану.

Ключевые слова: политический дискурс, персуазивный потенциал, образные языковые средства, имплицитное воздействие, метафоризация.

Очевидно, что средства массовой информации в XXI веке перестали быть просто каналом передачи данных. Они превратились в мощнейший инструмент конструирования реальности, где факты часто играют второстепенную роль по сравнению с их интерпретацией. Особенно ярко эта роль СМИ как агента воздействия на общественное сознание проявляется в сфере политики. Язык политики — это всегда язык борьбы за общественное мнение, за голоса избирателей, за готовность внимать речам лидеров без попыток ставить сказанное под сомнение.

В предлагаемом исследовании рассматривается персуазивный (убеждающий) потенциал языковых средств, используемых в дискурсе американского президента Д. Трампа. Ставится задача выявления и анализа манипулятивных стратегий и специфических приемов, характерных для риторики политического лидера США. Основное внимание уделяется анализу образных языковых средств, обеспечивающих персуазивный эффект на аудиторию, а именно: метафоры, метонимии, гиперболы. Данные стилистические приемы рассматриваются как риторические инструменты, обеспечивающие мощное эмоциональное воздействие на аудиторию посредством создания иррациональной картины мира.

В современной лингвистике изучение политического дискурса привлекает многих исследователей. Как справедливо отмечает Е.И. Шейгал, политический дискурс представляет собой «знаковое образование, имеющее два измерения — реальное и виртуальное» [8]. Это разделение позволяет СМИ создавать параллельную реальность, где метафоры, стилистические приемы и манипулятивные стратегии формируют у реципиента нужную картину мира.

В современном американском медиадискурсе и российских СМИ к основным манипулятивным стратегиям относят следующие:

1.Навешивание ярлыков

2.Создание образа врага.

3.Многократное тиражирование одного и того же тезиса.

4.Метафоризация дискурса.

Как отмечает Зимина Е.А. в исследовании лексических способов реализации оценки, СМИ сегодня все чаще прибегают к имплицитности, «поскольку она позволяет журналистам передавать идеи ярко и эмоционально, не прибегая к эксплицитным суждениям, что сохраняет видимость объективности» [1].

Именно имплицитный, скрытый способ оказания воздействия на умы и чувства аудитории является наиболее действенным. Манипуляции, воздействующие на общественное сознание, заставляют реципиента поверить в то, что он мыслит и делает выводы самостоятельно, тогда как на самом деле его искусно «подвели» к определенному умозаключению.

Е.М. Семенова в своих работах акцентирует внимание на персуазивном потенциале языковых единиц. Она утверждает, что персуазивность (убеждение) является доминантной функцией политического медиатекста. Семенова выделяет различные способы убеждения: логический (апелляция к разуму), этический (апелляция к моральным ценностям) и эмоциональный (апелляция к чувствам). Однако главным инструментом она также считает имплицитную оценку — когда отношение автора передается не прямо, а опосредованно, через языковые единицы, обла-

дающие интерпретативным потенциалом, среди которых метафора занимает центральное место [3].

По справедливому убеждению авторов когнитивной теории метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона, метафора — это не просто украшение речи, это способ концептуализации мира [2]. Что касается политической метафоры, то ее способность «упаковывать» сложные абстрактные понятия (экономика, власть, реформы) в простые, чувственно воспринимаемые образы – это способ не просто сделать информацию ясной и доступной общественности, это возможность сформировать в сознании реципиента именно те убеждения, взгляды и отношение к действительности, которые наиболее выгодны носителю информации в данный исторический момент.

А.П. Чудинов, основоположник российской школы политической метафорологии, неоднократно подчеркивал, что метафора в политической коммуникации обладает огромным объяснительным и оценочным потенциалом. В своей работе «Метафорическая мозаика» он детально рассматривает, как через выбор определенной метафорической модели (например, «война», «механизм» или «организм») политики и медиа навязывают аудитории определенный сценарий восприятия событий [4]. Исследовательская группа под руководством Чудинова доказала, что высокая частотность военной метафоры (милитарная метафора) всегда сигнализирует об интенции говорящего мобилизировать общественное сознание против «врага» [5].

Данная статья посвящена анализу механизмов формирования определенного отношения аудитории к внешнеполитическим событиям, освещаемым американским президентом. Выявляются риторические приемы и языковые средства, обеспечивающие персуазивный эффект на общественное сознание.

Обратимся к анализу выступлений Д. Трампа, связанных с последними политическими решениями, принятыми США относительно Ирана, прозвучавших 21 июня 2025 г. и 28 февраля 2026 г. [7; 8].

Выбор материала исследования обусловлен актуальностью и значимостью самих событий (ситуативным контекстом, говоря лингвистическим языком), а также интересом к персуазивному потенциалу образных языковых средств в текстах, не отличающихся избыточной логической аргументацией, связностью и целостностью. Думается, что в такого рода речевых произведениях понять или хотя бы приблизиться к пониманию истинного смысла высказывания становится возможным лишь благодаря анализу имплицитной информации, актуализация которой, как уже отмечалось выше, часто осуществляется через метафору, метонимию, гиперболизацию, etc.

Обратимся к контекстам, в которых Д. Трамп для обозначения государства Иран использует лексему *regime* вместо нейтральной языковой единицы «state». Наблюдение за дискурсом американского президента показало, что он использует данную номинацию многократно (при этом десять из одиннадцати случаев употребления этой лексической единицы в речи приходится на выступление от 28 февраля 2026 г.).

Языковые выражения, в которых встречается данная лексическая единица, следующие: *the Iranian regime (3); the regime's very first acts; the regime’s proxies; the regime has armed, trained, and funded terrorist militias; this terrorist regime; we obliterated the regime's nuclear program; just imagine how emboldened this regime would be; this regime will soon learn; the Iranian regime seeks to kill* [7; 8].

Как видно из примеров, в риторике президента США это слово активно демонстрирует негативную коннотацию, указывая на агрессивный, опасный, преступный характер политики Ирана, о чем дополнительно свидетельствует пейоративная лексика, поддерживающая данную метафорическую концептуализацию.

Если проследить как именно оказывается воздействие на слушателя, то можно выделить следующие три ступени: негативная оценка субъекта речи, эмоциональное воздействие на аудиторию, оправдание принятого решения или действия. Поскольку политика Ирана носит преступный характер, предполагающий незаконное узурпирование власти, это не может не вызывать отвращение, неприятие и враждебность по отношению к правительству страны, а значит, свержение или уничтожение правящей верхушки – правильное решение, принятое и осуществленное президентом США, являющееся логичным следствием их деятельности.

Метафорическое выражение, номинирующее государство Иран в терминах спонсора терроризма (*sponsor of terror)*, встретилось в нижеследующих контекстах:

(1) «Iran is *the world's number one state sponsor of terror* and, just recently, killed tens of thousands of its own citizens on the street[s] as they protested» [8].

(1) «Иран – *главный в мире спонсор терроризма*. Совсем недавно государство расправилось с десятками тысяч своих граждан, вышедших на улицу выразить протест правительству страны».

(2) «Our objective was the destruction of Iran's nuclear enrichment capacity and a stop to the nuclear threat posed by *the world's number one state sponsor of terror*» [7].

(2) «Нашей целью являлось недопущение реализации программ по обогащению урана в Иране, а также нейтрализация ядерной угрозы, исходящей от *главного в мире спонсора терроризма*».

Метафора «главный в мире спонсор терроризма» уподобляет государственную власть в Иране преступному синдикату или главарю мафии, а не легитимному правительству. Использование пейоративной лексики (*killed* tens of thousands of its own citizens, the nuclear *threat)* в ближайшем языковом контексте помогает реципиенту почувствовать реальную опасность, исходящую от Ирана. Соответственно, любые меры, принятые «нормальным» государством в ответ на незаконные действия страны-преступника, могут быть оправданы. Анализ демонстрирует ту же схему воздействия на аудиторию: негативная оценка – отрицательные эмоции – обоснование (оправдание) принятого решения и действия.

Тема смертельной угрозы, опасности, которую представляет государство Ближнего Востока для всего мира, является ядром метафорической концептуализации, семантически конструирующей следующий контекст:

(3) «From Lebanon to Yemen, and Syria to Iraq, the regime has armed, trained, and funded terrorist militias that have *soaked the earth with blood and guts*» [8].

(3) «Повсюду, от Ливана до Йемена, а также от границ Сирии до Ирака, режим обеспечивал оружием, готовил и финансировал террористов, которые впоследствии *пролили кровь и вывернули наружу кишки тысяч людей, так что на поверхности земли не осталось сухого места*».

Шокирующее эмоциональное воздействие, которое вызывает данная вербализация, создается за счет метонимического переноса, актуализирующего принцип «часть вместо целого» - «*blood and guts* vs. people killed» («кровь и кишки vs. убитые люди»). А также гиперболизации, выраженная словосочетанием «*soaked the earth*» (кровь и кишки пропитали землю насквозь), что не может произойти в ре-

альности, но опосредованно указывает на масштаб трагедий, в которых погибло огромное количество людей.

Данные стилистические приемы способствуют визуализации жестокости, свойственной террористам, воздействуя на эмоциональную сферу реципиента и одновременно обеспечивая эффект дегуманизации жертв, превращая их из людей в «мясо», тем самым усиливая чувства ужаса и животного страха перед террористами. Поскольку никакой конкретной информации говорящий не предоставляет (нет цифр, дат, имен жертв), единственный канал, по которому осуществляется воздействие – это чувственное восприятие. Находясь под впечатлением от такого образа террористов слушатель уже не будет рассуждать о политических причинах создания этих милиций (*terrorist militias*) — он просто захочет их уничтожить или, во всяком случае, оправдать внешнюю политику президента США, направленную на их уничтожение.

Схема воздействия на аудиторию сохраняется: негативная оценка государства Иран (поддержка террористов) – отрицательные эмоции (страх, ужас, отвращение) – оправдание действий и решений президента США, направленных на уничтожение страны-преступника.

Тот же набор стилистических приемов (метонимический перенос плюс гиперболизация), наблюдается в нижеследующем примере:

(4) «We are going to destroy their missiles and *raze their missile industry to the ground*» [8].

(4) «В наши ближайшие планы входит *уничтожение* не только их ракет, но и *всей ракетной промышленности в целом*».

Устойчивое глагольное выражение «*raze to the ground»* («стереть с лица земли») буквально может быть применено только к материальным объектам, но никак не к абстрактному понятию, которое обозначается в контексте словом «*industry*», и предполагает отсылку не только к зданиям, сооружения, складам, пусковым установкам, но и к логистике, управлению, сырью, транспортным средствам и т.д. Объектам, которые не стоят на земле, и соответственно, не могут быть с нее «стерты». Использование метонимического переноса, осуществляемого по принципу «часть-целое», усиленного гиперболизацией *«to the ground»,* не оставляет у аудитории сомнений в серьезности намерений Д. Трампа, готового пойти на все, чтобы сделать страну-противника неспособной производить ракеты, тем самым лишив ее военной мощи, способствуя поддержанию образа исключительно сильного и волевого лидера страны, каковым Трамп себя позиционирует.

Языковые средства позволяют обеспечить создание образа гипотетической реальности, создаваемой Трампом. Это образ абсолютной победы — не просто «нанесем ущерб», а «сотрем в пыль»; он визуально понятен: каждый видел картинку разрушенного здания и мозг легко подставляет вместо «промышленности» разрушенные бетонные цеха и дымящиеся руины; он эмоционально заряжен — жесток, бесповоротен, не оставляет надежды на восстановление.

Анализ примеров показывает, что одни и те же языковые средства (метонимия и гиперболизация) могут реализовывать персуазивный потенциал высказывания по-разному. В данном случае метонимический перенос (синекдоха) обеспечивает смещение акцента восприятия с части (промышленных объектов, стоящих на земле) на целое (промышленность в целом), что вызывает ощущение тотальности планируемых деструктивных действий, что в свою очередь, способствует (с точки зрения говорящего) укреплению веры в серьезность его намерений, и содействует повышению авторитета американского политического лидера.

Соответственно, схема воздействия на аудиторию может быть представлена следующим образом: конструирование реальности в сознании реципиента – эмоциональной воздействие – укрепление авторитета.

Обратимся к еще одному примеру, в котором говорящий использует метафору, называя страну «хулиганом» («bully»).

(5) «Tonight, I can report to the world that the strikes were a spectacular military success. Iran's key nuclear enrichment facilities have been completely and totally obliterated. Iran, *the bully of the Middle East***,** must now make peace» [7].

(5) «Сегодня я могу открыто заявить всему миру, что удары, которые мы нанесли, демонстрируют невероятный, потрясающий успех наших военных. Ключевые объекты Иранской ядерной промышленности полностью уничтожены. Иран, этот *ближневосточный хулиган,* обязан теперь пойти на мирное соглашение».

Слово «bully» ассоциируется с ситуациями, когда старшеклассники издеваются над младшими школьниками. Это делает Иран не столько серьезным геополитическим противником, сколько мелким хулиганом, который пристает к небольшим странам (Ливан, Йемен, Бахрейн), но боится настоящей драки с США или Израилем. Проведение такой детской аналогии снижает статус Ирана, превращая его из «злодея» в несерьезного, неопасного противника, с которым даже не нужно воевать, достаточно поставить его на место. Кроме того, из школьного опыта нам известно, что хулиганы заслуживают наказания, мер дисциплинарного воздействия со стороны взрослых. В роли родителя, конечно же, выступает президент США, готовый наказать «хулигана». Снижается трагичность происходящего – это не война, это вынужденные воспитательные меры, принимаемые во благо человечества (заявление делается «всему миру»).

Схема оказания персуазивного воздействия на аудиторию: принижение страны-противника – снижение трагичности происходящего – оправдание военного вторжения.

И еще один метафорический контекст, позволяющий выявить персуазивный потенциал образных языковых средств в риторике американского президента.

(6) «I want to thank and congratulate Prime Minister Bibi Netanyahu. *We worked as a team* like perhaps no team has ever worked before. And we've gone a long way *to erasing this horrible threat* to Israel» [7].

(6) «Я хочу выразить свою благодарность и поздравить премьер-министра Израиля Нетаньяху. Мы работали как одна команда, и, возможно, ни одна команда в мире не работала так слаженно, как мы. Мы прошли нелегкий путь для того, чтобы *свести к нулю ту ужасающую угрозу*, которую представлял Иран для Израиля».

Смысл спортивной метафоры «*we worked as a team»* заключается в мифологизации военного успеха и демонстрации крепкого политического союза Трампа и Нетаньяху, непобедимой команды, «играющей на поле» Ближнего Востока. Создается образ исторического тандема, который, якобы, раз и навсегда решил проблему «иранской угрозы» и теперь может праздновать заслуженную победу.

Механизм воздействия на аудиторию следующий: конструирование реальности (путем мифологизации ситуации) – демонстрации единства с союзником (эмоциональное воздействие, направленное на устрашение врага) – оправдание применения силы.

Подведем итог небольшому исследованию, направленному на изучение способов манипуляции сознанием общественных масс средствами массовой информа-

ции, тиражирующими и активно пропагандирующими выступления политических деятелей на примере риторики президента США Д. Трампа.

Анализ языковых средств показал, что наиболее частотными выразительными средствами в речах Д. Трампа выступают метафора, метонимия и гипербола. Эти риторические инструменты, как правило, работают согласно следующему алгоритму: *конструирование определенного представления о реальности – оказание сильного эмоционального воздействия на аудиторию – формирование убежденности в правомерности действий президента.* Внутри этой схемы можно наблюдать некоторую вариативность, определяющую качественные характеристики создаваемой реальности, силу и степень воздействия на аудиторию, виды решений и действий президента, требующие популяризации и необходимости конструирования персуазивного эффекта.

Картина мира, создаваемая в сознании людей благодаря такой схеме, часто очень изменчива и не поддается логическому обоснованию, отвечая требованиям актуальной политической ситуации. Языковые средства, обладающие высоким интерпретативным потенциалом и ярко выраженной экспрессивностью (прежде всего, метафора, метонимия и гипербола), как нельзя лучше способствуют достижению этой цели, что подтверждает приведенный выше когнитивно-дискурсивный анализ политических контекстов, иллюстрирующих особенности риторики президента США, составляющей наиболее значимую сферу интереса современных СМИ.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Зимина, Е.А. Лексические способы реализации имплицитной оценки в немецкоязычных печатных СМИ / Е.А. Зимина // Yakovlev Chuvash State Pedagogical University Bulletin / Вестник ЧГПУ им. И. Я. Яковлева. – 2025. - № 2 (127). - С.18-24.

2. Лакофф, Дж., Джонсон, М. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон. - М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.

3. Семенова, Е. М. Метафора как средство достижения политического конформизма / Е.М. Семенова // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2015. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/metafora-kak-sredstvo-dostizheniya-politicheskogo-konformizma (дата обращения: 03.05.2026).

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

5. Чудинов, А.П. Когнитивно-дискурсивное исследование метафоры в политическом нарративе / А.П. Чудинов // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – Вып.1. - С. 91-105.

6. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал – М.: Гнозис, 2004. – 326 с.

Источники примеров:

7. Trump D. Announcement of Targeted Air Strikes by U.S. Military on Key Nuclear Facilities in Iran, delivered 21 June 2025, White House, Washington, https://www.americanrhetoric.com/top100speechesall.html

8. Trump D. Announcement of Operation Epic Fury: Joint U.S.-Israel Targeted Airstrikes in Iran, delivered 28 February 2026 https://www.americanrhetoric.com/top100speechesall.html

POLITICAL RHETORIC AS AN AGENT OF SHAPING PUBLIC CONSCIOUSNESS

E.M. Semenova

St. Petersburg University of Management Technologies and Economics
St. Petersburg, Russia, semenovae63@gmail.com

The article presents an analysis of methods of influencing public consciousness through rhetorical devices and linguistic means of a manipulative nature. The material for the study comprises speeches by U.S. President Donald Trump in 2025 and 2026, addressing U.S. foreign policy toward Iran.

Keywords: political discourse, persuasive potential, figurative language means, implicit influence, metaphorization.

УДК 811.161.1: 811.581

СПЕЦИФИКА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ КАРТИНЫ МИРА В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ (НА ПРИМЕРЕ ОДНОГО ФРАГМЕНТА)

Е.В. Соколова, Ван Цзяци
Санкт-Петербургский государственный университет
Россия, elena.v.sokolova@spbu.ru; wangj951230@gmail.com

Статья посвящена сравнительному анализу фразеологической картины мира в русском и китайском языках на примере одного из ее фрагментов – фразеологизмов с глагольным компонентом *тянуть*. Выявляются специфика тематической организации таких фразеологизмов, их семантические, стилистические особенности, а также частота и особенности употребления данных единиц в каждом из языков.

Ключевые слова: фразеологизм; фразеологическая единица; картина мира; язык; семантика; стиль; частотность.

Фразеологизмы давно являются предметом изучения лингвистических дисциплин, включая теорию межкультурной коммуникации [6, с. 24]. Это связано в том числе с тем, что фразеологические единицы аккумулируют в себе национально-культурную специфику, особенности менталитета народа, отражают его историю, то есть являются важной частью национальной языковой картины мира [1, с. 41-42]. Фразеологическая картина мира отражает представления народа о мире, оценку явлений этого мира, стереотипы поведения и мышления, систему ценностей, поэтому владение фразеологическим фондом того или иного языка так важно именно в плане межкультурной коммуникации: фразеологизмы выступают в качестве «культурных знаков», которые воспроизводят трансляцию культурных кодов нации между поколениями [5, с. 9]. Однако именно с этой ролью фразеологизмов связаны трудности их усвоения представителями иных культур: идиоэтническая информация, заключенная в фразеологических единицах, требует адекватной расшифровки, проникновения в фоновое знание лингвокультурного сообщества [7, с. 194-195], иначе невозможно ни полное понимание речи носителей языка, ни корректное использование фразеологизмов в речевой практике иностранцев, изучающих какой-либо язык, и может приводить к провалу коммуникации.

Сопоставительный анализ фразеологических систем разных языков выявляет их общие и национально-специфические черты, позволяет обнаружить точки соприкосновения разных культур и тем самым способствует не только увеличению знаний о тех или иных языковых картинах мира, но и активному межкультурному взаимодействию и более глубокому взаимопониманию их носителей [4, с. 653, 655].

Тесные связи между Россией и Китаем обусловливают взаимный интерес к языкам друг друга. Многочисленные непосредственные контакты представителей данных стран заставляют уделять большое внимание обучению эффективной устной и письменной коммуникации, и современные исследования фразеологического фонда обоих языков вносят в дело повышения эффективности межкультурного общения важный вклад [2, с. 5].

Фразеологизмы с глагольным компонентом широко распространены в русском языке. Фразеологические единицы с глагольным компонентом *тянуть,* так же как и другие, представляют трудность для носителей китайского языка, и сопоставление фразеологических картин мира на данном участке призвано эти трудности уменьшить.

Академические фразеологические словари русского языка позволяют отобрать 14 фразеологических единиц с глагольным компонентом *тянуть,* не имеющих пометы «устар.» (устаревшее): *тянуть воз, тянуть волынку, тянуть время, тянуть жилы, тянуть за ворот, тянуть за рога, тянуть за уши, тянуть за язык, тянуть канитель, тянуть клещами, тянуть кота за хвост, тянуть лямку, тянуть резину, тянуть ярмо.* Исходя из их семантики данные фразеологические единицы могут быть разделены на 3 тематические группы: фразеологизмы с общим значением 1) медлить, оттягивать время, 2) заниматься тяжелым, неприятным трудом, 3) заставлять кого-л. делать / сделать что-л.

К 1-ой группе относятся фразеологизмы *тянуть резину, тянуть время, тянуть канитель, тянуть волынку, тянуть кота за хвост;* ко 2-ой группе - *тянуть лямку, тянуть ярмо, тянуть воз* и несколько отличающийся от них по семантике фразеологизм *тянуть жилы;* к 3-ей группе – фразеологизмы *тянуть за рога, тянуть за ворот и тянуть за уши* (с подзначением «заставлять силой, принуждать») и *тянуть клещами, тянуть за язык (*с подзначением *«*заставлять кого-л. говорить»).

На основе китайских фразеологических словарей были отобраны 11 китайских фразеологических единиц, включающих в себя глагольный компонент, аналогичный русскому глаголу *тянуть*: №1 *敲骨吸髓*: ‘*тянуть* (вытягивать) жилы из кого-л.’; №2 *拖泥带水*: ‘*тянуть* (разводить) канитель’; №3 *拖拖拉拉*: ‘*тянуть* резину (делать что-либо очень медленно; затягивать дело)’; №4 *拔苗助长*: ‘*тянуть* ростки, чтобы помочь их росту’; №5 *摧枯拉朽*: ‘ломать сухостой и разбивать труху’ (буквальный перевод: ‘ломать сухое и *тянуть* гнилое’); №6 *东拉西扯*: **‘**переходить (в речи, в разговоре) от одного к другому’ (буквальный перевод: ‘*тянуть* на восток и тащить на запад’); №7 *拉大旗作虎皮*: ‘использовать чьё-л. имя (чей-л. авторитет) для устрашения других’ (буквальный перевод – ‘*тянуть* большое знамя, (чтобы) сделать (из него) тигровую шкуру’); №8 *拉拉扯扯*: ‘заигрывать с кем-л.’ (буквальный перевод – ‘*тянуть*-тащить’); №9 *拉家带口***: ‘**вместе со всей семьёй’ (буквальный перевод – ‘*тянуть* семью и вести за собой рты’); №10 *牵肠挂肚*: ‘тянуть кишки, вешать желудок’; №11 *揠苗助长*: ‘тянуть всходы руками, чтобы они скорее росли’. Не все из данных фразеологизмов имеют соответствия в русском языке: уникальными являются фразеологические единицы № 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11.

Таким образом, совпадение русской и китайской фразеологических картин мира на изучаемом участке минимально: только 3 русские фразеологические единицы имеют аналоги в китайском языке - *тянуть канитель* (№2 *拖泥带水*), *тянуть резину* (№3 *拖拖拉拉*) и *тянуть жилы* из кого-л. (№1 *敲骨吸髓*), однако только в первых двух случаях глагол в китайских фразеологизмах имеет значение ‘тянуть’, во фразеологизме №1 *敲骨吸髓* русскому глаголу *тянуть* соответствует иной китайский глагол. Следовательно, большинству русских фразеологизмов с глагольным компонентом *тянуть* в китайской аудитории понадобится детальная семантизация со вскрытием внутренней формы фразеологической единицы.

Поскольку небезызвестно, что фиксация языкового материала в словарях отстает от темпов появления в языке тех или иных новаций [Жданова, с. 388], был проведен опрос носителей русского и китайского языков с целью выявить частотность употребления исследуемых фразеологизмов и возможные новейшие семантические сдвиги в их значениях.

Анализ частотности русских фразеологизмов с глагольным компонентом *тянуть* выявил наиболее употребительные из них на сегодняшний день: *тянуть время, тянуть резину, тянуть кота за хвост, тянуть лямку, тянуть клещами*. *тянуть за язык*; безусловным лидером среди приведенных выше фразеологических единиц оказался фразеологизм *тянуть время.* 4 фразеологизма были отнесены респондентами к устаревшим: *тянуть воз, тянуть за ворот, тянуть за рога, тянуть ярмо.* В целом, чем моложе был респондент, тем реже он употреблял фразеологические елиницы с глагольным компонентом *тянуть* в своей речи.

В китайском языке не было выявлено фразеологизмов, которые воспринимались бы носителями китайского языка как устаревшие. Однако были обнаружены 2 фразеологизма, которые использовались реже, чем другие, по причине повышенной, сложной образности (№1 *敲骨吸髓* и №11 *揠苗助长*) или из-за заложенной во фразеологизме некоторой агрессии (№7 *拉大旗作虎皮*).

Стилистический анализ русских и китайских фразеологизмов показал следующие результаты: русские фразеологические единицы большей частью относятся к разговорным или просторечным, только фразеологизмы *тянуть время*, *тянуть лямку* и *тянуть воз* воспринимаются как нейтральные. Срели китайских представлены как разговорные (№ 3, 8, 9, 2, 4,10), так и книжно-письменные, а часть фразеологизмов была отнесена к высокому слогу (№ 7, 5, 11, 1). В качестве нейтрального был отмечен фразеологизм №6.

Что касается оценки, которую выражают изучаемые русские и китайские фразеологизмы, то в обоих языках доминирует оценка отрицательная, поскольку фразеологические единицы описывают преимущественно негативные явления. Однако у русского фразеологизма *тянуть за ворот* была зафиксирована положительная оценка – помощь в трудной ситуации, а также фразеологизмы *тянуть за рога, тянуть воз* и *тянуть лямку* стали восприниматься как передающие в том числе и положительную оценку, поскольку они связаны с усилием, настойчивостью и ответственностью.

В семантике русских фразеологизмов, по данным опроса носителей языка, тоже произошли некоторые сдвиги: фразеологизм *тянуть резину* стал использоваться для выражения нерешительности и неоправданных ожиданий, фразеологизм *тянуть волынку* потерял значение ‘начинать долгий и скучный разговор’, фразеологизм *тянуть воз* стал указывать на личную инициативу субъекта действия, фразеологизм *тянуть за уши* приобрел новое значение – ‘искажать действительность, приукрашивать, манипулировать’.

В китайских фразеологизмах серьезных семантических сдвигов, по сравнению со словарными дефинициями, в результате опроса выявлено не было, однако было отмечено расширение контекстов их употребления. Только фразеологизмы *拉拉扯扯* и *拖拖拉拉* все чаще стали использоваться для передачи нерешительности и сложных межличностных отношений.

Тематическая классификация китайских фразеологизмов, построенная без учета классификации русских фразеологических единиц, демонстрирует большую дробность – можно выделить 7 групп: 1) проявление жестокости и насилия (№ 1, 5, 7); 2) оттягивание времени (№ 2, 3); 3) проявление непоследовательности (№6),

4) стимулирование какого-л. процесса (№ 4, 11); 5) оценка степени ответственности перед семьей (№ 9); 6) передача негативных чувств (№10); 7) эмоциональное взаимодействие (№8).

Тем не менее, сопоставление двух, на первый взгляд, несхожих тематических классификаций все же позволяет найти общие точки соприкосновения и выявить зоны пересечения. Так, все фразеологизмы и русские, и китайские, можно распределить по 3 блокам:

1. Фразеологизмы, связанные с недовольством медлительностью: китайские - №2 *拖泥带水* ‘тянуть (разводить) канитель’, №3 *拖拖拉拉* ‘тянуть резину’, №6 *东拉西扯* ‘переходить (в речи, в разговоре) от одного к другому’; русские - *тянуть резину, тянуть время, тянуть канитель, тянуть волынку, тянуть кота за хвост*. В русской культуре, судя по большему количеству фразеологизмов с такой семантикой, к медлительности относятся более нетерпимо.

2. Фразеологизмы, передающие тяжесть нелегкого труда, невыносимое бремя: китайские - №9 *拉家带口* ‘вместе со всей семьёй’, №1 *敲骨吸髓* ‘тянуть

(вытягивать) жилы из кого-л.’, №5 *摧枯拉朽* ‘ломать сухостой и разбивать труху’, №4 *拔苗助长* ‘тянуть ростки, чтобы помочь их росту’, №11 *揠苗助长* ‘тянуть всходы руками, чтобы они скорее росли’; русские - *тянуть лямку, тянуть воз, тянуть ярмо, тянуть жилы*.

3. Фразеологизмы с семантикой принуждения: китайские - №7 *拉大旗作虎皮* ‘использовать чьё-л. имя (чей-л. авторитет) для устрашения других’, №8 *拉拉扯扯* ‘заигрывать с кем-л.’, №10 *牵肠挂肚* ‘тянуть кишки, вешать желудок’; русские: *тянуть за язык, тянуть за уши, тянуть клещами, тянуть за ворот*.

Таким образом, русская и китайская фразеологические картины мира на данном участке (фразеологизмы с глагольным компонентом *тянуть*), несмотря на существенные различия, все же оказываются сопоставимыми. При этом изученный фрагмент русской фразеологической картины мира показал большую мобильность, по сравнению с тем же фрагментом в китайской фразеологической картине мира, и это следует учитывать при изучении русских фразеологизмов с глагольным компонентом *тянуть* в китайской аудитории.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Баско, Н. В. Русская фразеология и межкультурная коммуникация / Н. В. Баско // Актуальные проблемы обучения русскому языку как иностранному и русскому как неродному : сб. статей / отв. ред. Л. С. Крючкова. – М., 2026. – С. 41–46.

2. Дин, Лина. Русские и китайские фразеологизмы духовно-религиозных текстов: тематическая классификация и лингвокультурологическая интерпретация : дис. … канд. филол. наук : 5.9.8 / Дин Лина ; ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» – М., 2025. – 242 л.

3. Жданова, Е. А. Лексикографическая фиксация неологизмов в словарях разных типов / Е. А. Жданова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2012. – №3 (1). – С. 388–392.

4. Рыжкина, Е. В. Фразеологизм как особый интертекст в аспекте межкультурной коммуникации / Е. В. Рыжкина // МАГИЯ ИННО : новые измерения в лингвистике и лингводидактике : сб. тр. : в 2 т. – Т. 1. – М., 2017. – С. 652–656.

5. Телия, В. Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М.: Школа «Языки культуры», 1996. – 288 с.

6. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: учеб. пособие для студентов, аспирантов и соискателей по специальности «Лингвистика и межкультурная коммуникация» / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово/Slovo, 2000. – 261 с.

7. Федотова, М. Г., Лингвопедагогическая стратегия обучения будущих учителей иностранного языка межкультурной коммуникации на основе фразеологии / М. Г. Федотова, О. Ю. Афанасова, А. С. Солоницына // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. – 2022. – №4.– С. 190–112.

THE SPECIFICS OF THE PHRASEOLOGICAL WORLDVIEW IN RUSSIAN AND CHINESE (USING THE EXAMPLE OF ONE FRAGMENT)

E.V. Sokolova, Wang Jiaqi
Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia
elena.v.sokolova@spbu.ru; wangj951230@gmail.com

The article is devoted to a comparative analysis of the phraseological picture of the world in the Russian and Chinese languages on the example of one of its fragments - phraseological units with the verb component to pull. The specifics of the thematic organization of such phraseological units, their semantic and stylistic features, as well as the frequency and peculiarities of the use of these units in each of the languages are revealed.

Keywords: phraseology; phraseological unit; worldview; language; semantics; style; frequency.

УДК 811.111'27:316.647.82

ОСОБЕННОСТИ УСТНОГО ПЕРЕВОДА В СФЕРЕ ФИЗКУЛЬТУРЫ И СПОРТА НА МАТЕРИАЛЕ БАСКЕТБОЛА

В.А. Софронова, А.С. Габрахманова
Казанский инновационный университет имени В.Г.Тимирясова
Россия, Sofronova_lera@mail.ru

Работа направлена на установление особенностей устного перевода в сфере профессионального спортивного общения на материале баскетбола. В качестве эмпирической базы использованы подлинные англо- и русскоязычные источники: регламенты ФИБА и НБА, фрагменты тайм-аутов, интервью, а также материалы пресс-конференций. В рамках исследования выделены три разновидности устного спортивного дискурса: тренерский, связанный с инструктажем; судейский, выполняющий нормативно-регулирующую функцию; медийный, ориентированный на информирование и публичную репрезентацию.

Ключевые слова: устный перевод, спортивный дискурс, баскетбол, переводческие трудности, стратегии перевода, компрессия, прагматическая адаптация.

В центре анализа находятся основные переводческие затруднения. К экстралингвистическим факторам отнесены жесткий дефицит времени и высокий уровень фонового шума.

В лексико-терминологической плоскости рассмотрены несоответствия между языковыми системами, терминологические лакуны и случаи межъязыковой интерференции, обусловленные ложными эквивалентами. Отдельно охарактеризованы прагматические проблемы, возникающие при передаче саркастических и иронических высказываний и элементов социолекта.

В качестве продуктивных решений предложены переводческие стратегии: компрессия высказываний, функционально мотивированное варьирование терминов и прагматическая адаптация.

Актуальность исследования обусловлена глобализацией спортивной индустрии и возрастающей ролью межкультурной коммуникации в сфере физической культуры и спорта. Баскетбол, являясь одним из самых популярных видов спорта

в мире, представляет собой насыщенное поле профессионального взаимодействия, где точность и оперативность перевода напрямую влияют на спортивные результаты и имидж команд. Несмотря на активное развитие спортивной лингвистики, специфика устного перевода в баскетбольном дискурсе — в условиях жесткого лимита времени (тайм-ауты) и высокой эмоциональной напряженности – остается недостаточно изученной.

Объектом исследования выступает устный перевод в сфере профессиональной спортивной коммуникации, **предметом** — лингвистические и экстралингвистические особенности устного перевода в баскетбольном дискурсе (на материале английского и русского языков). Цель работы — выявление специфики и определение эффективных стратегий устного перевода в баскетбольной коммуникации. Материалом послужили Официальные правила баскетбола ФИБА и НБА (2024–2025 гг.), транскрипты послематчевых пресс-конференций, флеш-интервью игроков и тренеров, а также видеозаписи тайм-аутов матчей Евролиги и НБА. Основные типы устного спортивного дискурса в баскетболе

В ходе исследования выделены три ключевых типа дискурса, с которыми сталкивается переводчик:

1. Тренерский (инструктивный) дискурс – функционирует в пределах игровых пауз и учебно-тренировочного процесса. Для него типичны предельно жёсткая побудительность, повышенный аффективный тон и свернутая синтаксическая организация высказывания. В репликах тренера преобладают неполные конструкции и формы повелительного наклонения. Так, Дэвид Блатт выстраивает речь в виде цепочки кратких распоряжений: «*Fridzon, wake up! It's coming out too fast, you've got to slow the ball. Sets, sets, sets!*». Аналогичную модель демонстрирует Стив Керр: «*We got to get back! No walking! Sprint back to the paint! Match up early*!»

2. Судейский (регулятивный) дискурс – характеризуется стандартизованностью и выраженной перформативной природой. Взаимодействие арбитров с секретарским столом подчинено нормативно закрепленным процедурам. Формулы вроде «*Blue number 5. Pushing. Two shots*» или «*Unsportsmanlike foul. One free throw and possession*» представляют собой устойчивые речевые клише, в которых переводческая вариативность практически исключена.

3. Медийный дискурс – охватывает экспресс-интервью, общение на пресс-конференциях и иные публичные выступления. Его отличает расщепленная адресация: сообщение одновременно направляется интервьюеру и широкой аудитории. Прагматически сложным случаем выступает манера Грегга Поповича, чье лаконичное «*Nobody's happy*» требует воспроизведения не только буквального смысла, но и оттенков иронии с раздражением. Иную коммуникативную установку демонстрирует «покаянная» речь Эрика Споэльстры: «*I made a serious mental error. That's on me. I feel horrible about it*», где в переводе необходимо сохранить высокий уровень персональной ответственности.

Основные группы переводческих трудностей

В ходе анализа эмпирического материала были разграничены три типа затруднений.

К экстралингвистическим относятся дефицит времени, обусловленный продолжительностью тайм-аута в 60–75 секунд, а также шумовая перегруженность площадки. В подобных условиях переводчик действует в режиме предельного сжатия высказывания, устраняя периферийные элементы фразы, чтобы синхрони-

зироваться с интенсивностью тренерской речи и сохранять разборчивость на фоне акустических помех трибун.

Лексико-терминологический пласт затруднений порождается несимметричностью понятийных систем и присутствием семантических пустот. Английское ‘*paint’*, буквально обозначающее ‘*краску’*, в нормативной русскоязычной практике соотносится с наименованием ‘*ограниченная трёхсекундная зона’*; в живой интерпретации во время тайм-аута чаще звучат профессиональные варианты ‘*в краску’* либо метонимическое ‘*под кольцо’*. Фразовый глагол ‘*match up’* в речи баскетболистов и тренеров передаёт не идею соответствия, а команду распределить опеку в обороне. Наибольшую переводческую угрозу создают псевдоэквиваленты: ‘*unsportsmanlike foul’* подлежит передаче только как ‘*неспортивный фол’*, поскольку замена на слова ‘*нечестный’* или ‘*грубый’* искажает регламентный смысл и меняет дисциплинарно-правовые импликации нарушения.

Прагматико-стилистический уровень связан с реконструкцией скрытых смыслов и индивидуальной речевой манеры. Саркастическая реплика Грегга Поповича «*Nobody’s happy*» нуждается в интонационной компенсации и включении модальных частиц – например: «Да никто не счастлив» – иначе высказывание утрачивает нужную иллокутивную нагрузку. Обращение Леброна Джеймса «*Yo, Laker Nation! I told y’all last year…*» маркировано элементами AAVE. Буквальное воспроизведение такого сленгового регистра в русском дискурсе даёт нежелательный комический оттенок; по этой причине используется стилистическое выравнивание, дополненное частичной компенсацией: «*Привет всем болельщикам “Лейкерс”*!»

Стратегии и приёмы преодоления трудностей

С опорой на типологию В.Н. Комиссарова и особенности спортивного дискурсивного общения целесообразно выделить три укрупнённые стратегии.

1. Речевая компрессия выступает ведущим способом при передаче тренерских указаний. Высказывание «*It’s coming out too fast, you’ve got to slow the ball*» преобразуется в краткие директивы: «*Не спешим! Контроль мяча*!» или «*Сбавьте темп!*». Стилистическая редукция в таком случае оправдана временным дефицитом, определяющим коммуникацию внутри игрового эпизода.

2. Функциональное варьирование терминов используется при подборе соответствий с учётом предполагаемого получателя сообщения. В обращении к команде переводчик вправе выбрать калькированный жаргонный вариант “*Все в краску!”*, тогда как для массового адресата предпочтительны разъяснительная передача либо нормативное наименование: *«Игрокам следует вернуться в трёхсекундную зону*». Для единицы ‘*unsportsmanlike foul’* допустим только кодифицированный эквивалент ‘*неспортивный фол’*, поскольку в данном случае требуется строгая терминологическая нормативность.

3. В медиадискурсе прагматическая настройка перевода приобретает особую значимость. Ирония в высказывании Поповича воспроизводится с помощью просодии: снижение интонационного контура, расчленённый ритм фразы, добавление модальных частиц. При передаче социолектных признаков обычно происходит их частичная нейтрализация, тогда как разговорная тональность реплики удерживается. Заметное место занимает антиципирование: соотнося речь с игровой ситуацией, счётом и доступным временем, переводчик заранее активирует типичные терминологические цепочки наподобие ‘*foul immediately’*, ‘*stop the clock’*, ‘*no threes’*, вследствие чего переводческое развёртывание почти совпадает с началом тренерской реплики.

Заключение и выводы

Выполненное исследование позволяет сформулировать следующие положения:

1. В сфере баскетбола устный перевод представляет собой специализированный вид профессиональной деятельности, осуществляемый в условиях жёстких внешних ограничений: дефицита времени, неблагоприятного акустического фона и интенсивного эмоционального напряжения.

2. Баскетбольный дискурс обладает выраженной лингвокультурной спецификой: преобладает англо-американская модель, терминологический состав включает большое число метафорических номинаций, связанных с военной и театральной образностью, а также сленговых единиц. В русскоязычной коммуникации при этом сосуществуют заимствованные формы, такие как ‘*данк’* и ‘*кроссовер’*, и собственно русские соответствия.

3. К числу базовых требований, предъявляемых к переводчику, относятся владение экстралингвистическими знаниями о правилах, тактических схемах и регламентных нормах, психофизиологическая выносливость, а также развитая прагматическая компетенция.

4. Наибольшую результативность в переводческой практике демонстрируют речевая компрессия, применяемая в условиях тайм-аута, вариативный выбор терминологических средств с учётом аудитории и прагматическая адаптация, обеспечивающая передачу иронии, саркастической окраски и индивидуальной манеры говорящего.

Результаты исследования целесообразно использовать в учебных курсах по устному переводу, в дисциплинах, посвящённых спортивному переводу, а также при подготовке глоссариев и методических материалов для специалистов, сопровождающих спортивные делегации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Алексеева И.С. Введение в переводоведение. — СПб., 2004. -с.145

2. Булат Р.Е., Байчорова Х.С., Титовец С.В. Перспективы развития спортивной терминологии в области баскетбола // Art Logos. 2024. №1. - с.27

3. Гарбовский Н.К. Теория перевода. — М., 2004. - с.350

4. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. — М., 2002. - с.182,326

5. Малышева Е.Г. Русский спортивный дискурс: лингвокогнитивное исследование. — Омск, 2011. - с.45

6. Савосина А.А. Особенности перевода спортивной терминологии (на примере баскетбольной лексики) // Иностранные языки. 2019. №45. - с.112-117

7. Официальные правила баскетбола 2024 / РФБ. - с.14

8. Akopova A.S. Stylistic features of English-language sports discourse // Issues of Applied Linguistics. 2024. Issue 56. - с.45

9. Official Basketball Rules 2024 (FIBA). – с.52-54

PECULIARITIES OF INTERPETATION IN THE FIELD OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS ON THE BASIS OF BASKETBALL

V.A. Safronova, A.S. Gabrakhamova

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov

Russia, Sofronova_lera@mail.ru

The work is aimed at establishing the features of interpretation in the field of professional sports communication based on basketball. As an empirical base, genuine English and Russian-language sources were used: FIBA and NBA regulations, fragments of timeouts, interviews, as well as materials from press conferences. As part of the study, three varieties of oral sports dis-

course were identified: coaching, related to instruction; judicial, performing a regulatory function; media focused on information and public representation.

Keywords: interpretation, sports discourse, basketball, translation difficulties, translation strategies, compression, pragmatic adaptation.

УДК 811.512.161’373.45

ФРАНЦУЗСКОЕ ВЛИЯНИЕ НА ЛЕКСИЧЕСКУЮ СИСТЕМУ ТУРЕЦКОГО ЯЗЫКА КАК ОТРАЖЕНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ДИАЛОГА В ЭПОХУ ТАНЗИМАТА

А.А. Султанова
ФГАОУ ВО «К(П)ФУ»
Казань, Россия, alisul2001@yandex.ru

В данной работе анализируется влияние французской лексики на турецкий язык в эпоху Танзимата (1839–1876). Исследуются предпосылки заимствований, их тематические группы и способы языковой адаптации. В статье подчеркивается, что галлицизмы стали не только продуктом межкультурного контакта, но и важным инструментом модернизации, отразив глубокую политическую и интеллектуальную трансформацию Османской империи в XIX веке.

Ключевые слова: турецкий язык; французские заимствования; Танзимат; межкультурный диалог; османский язык; языковые контакты; лексическая система

Язык представляет собой важнейший индикатор исторических, культурных и политических процессов, происходящих в обществе. Особенно ярко это проявляется в периоды интенсивного межкультурного взаимодействия, когда изменения в общественной жизни сопровождаются активным проникновением иноязычной лексики. Одним из таких периодов в истории Османской империи стала эпоха Танзимата — период масштабных реформ, направленных на модернизацию государства по европейскому образцу.

XIX век принято считать исходной точкой массового проникновения европейской лексики в турецкий язык, хотя отдельные контакты с европейскими языками восходят к более раннему времени. Средиземноморская торговля, морское дело и дипломатические связи Османской империи с Венецианской республикой, Генуей, Рагузой и позднее с Францией принесли в турецкий язык ряд итальянских и, в меньшей степени, французских элементов уже в XV–XVIII веках.

Перелом наступает с эдиктом Гюльхане 1839 г. и последующими реформами Танзимата – именно с этого рубежа начинается систематическая и массовая рецепция французской лексики. Реформы были направлены на централизацию государственного управления, развитие системы образования, модернизацию армии и правовой системы. Османская элита всё активнее ориентировалась на европейские, прежде всего французские, модели государственного устройства.

Французский язык стал языком международной дипломатии и интеллектуального общения. Османские дипломаты, военные и студенты обучались во Франции, а французские преподаватели и специалисты работали в Стамбуле и других городах империи. В результате, французский язык превратился в важнейший источник новой терминологии, в турецком языке появилось огромное количество заимствованной лексики.

Обратимся к понятию «заимствования». В научном обороте термин «заимствование» используется для обозначения процесса и результата этого процесса. Заимствованные слова (заимствования) – это слова, заимствованные из другого языка и модифицированы в соответствии с образцами принимающего языка [1].

Во время заимствования происходит процесс перехода языковой единицы (слова, морфемы, синтаксической конструкции) из одного языка в другой.

По мнению советского и российского лингвистика Л.П. Крысина, заимствование есть «процесс, в результате которого в языке появляется и закрепляется некоторый иноязычный элемент (прежде всего, слово или полнозначная морфема)» [2, с. 18].

Заимствования в языке являются важным показателем контактов между различными этническими группами, нациями, народностями, помогающим не только в изучении языковой системы последних, но также в прослеживании и понимании этапов их исторического развития, особенностей культуры, менталитета.

Пути проникновения заимствованной лексики могут быть как непосредственными - в результате прямых торговых, культурных, бытовых, военных контактов носителей языков, так и опосредованными, то есть через третий язык, выступающий в качестве посредника между первыми двумя.

Заимствования из французского языка в турецкий охватывали практически все сферы общественной жизни: политику, военное дело, образование, медицину, искусство, моду и повседневную коммуникацию. Следует отметить, что французское влияние носило не только языковой, но и культурно-идеологический характер. Вместе с лексикой в османское общество проникали новые концепции: конституционализм, гражданские права, парламентская система, светское образование, европейская мода и литература.

Административно-правовая лексика эпохи Танзимата представлена заметным числом французских заимствований. З. Коркмаз указывает, что «многие из таких единиц вошли в турецкий прямо через переводы французских юридических и административных текстов, выполненные в учрежденном в 1833 г. Бюро переводов (Tercüme Odası)» [4, с. 731-739]. В ряду подобных единиц – *komisyon* ‘комиссия’, *kanun* ‘закон’, *layiha* ‘проект закона, служебная записка’ (от фр. laïque через османскую канцелярскую практику), *bürokrasi* ‘бюрократия’, *siyaset* ‘политика’ (в новом европейском понимании), *parlamento* ‘парламент’.

Военные реформы XIX в. стали еще одним каналом массового проникновения французской лексики. О. Демирджан детально разбирает военно-терминологический слой XIX в. и показывает, что в турецком закрепились следующие единицы: *jandarma* ‘жандармерия’ (от фр. gendarmerie), *general* ‘генерал’, *komiser* ‘комиссар’, *manevra* ‘маневр’, *alay* ‘полк’ (в новом армейском значении), *tabya* ‘артиллерийская позиция’ [3, с. 85-92].

Принципиально важным каналом рецепции европейской лексики стало образование. Начиная с 1830-х гг. Османская империя систематически отправляла студентов в Париж, Вену и Лондон. Французский язык приобрел в османской столице статус второго языка образованных кругов, и подобный статус во многом определил дальнейшую картину заимствований.

Литература и периодика эпохи Танзимата – еще один мощный канал поступления французских заимствований, например, в турецкий язык пришли такие заимствования, как: *gazete* ‘газета’ (от ит. gazzetta через фр.), *fikra* ‘заметка’, *matbuat* ‘печать, пресса’, *ilan* ‘объявление’.

Технико-промышленная революция второй половины XIX в. принесла в турецкий язык обширный корпус новой лексики. Строительство железных дорог ввело в узус единицы *tren* ‘поезд’, *istasyon* ‘станция’, *vagon* ‘вагон’, *lokomotif* ‘локомотив’, *ray* ‘рельс’.

Светский быт в стамбульских кругах образованных османцев последней трети XIX в. был также насыщен европейскими реалиями, что отразилось на бытовой лексике, в турецкий язык пришли следующие заимствования из французского языка: *pantolon* ‘брюки’, *palto* ‘пальто’, *ceket* ‘пиджак’, *kostüm* ‘костюм’, *şapka* ‘шляпа’, *kravat* ‘галстук’, *mobilya* ‘мебель’, *salon* ‘гостиная’, *balkon* ‘балкон’.

Лингвистическое влияние французского языка в эпоху Танзимата носило системный характер и было обусловлено отсутствием в османском языке терминологии, способной адекватно описывать новые западные реалии в политике, праве, технике и быту.

В эпоху Танзимата французский язык выполнял не только коммуникативную, но и символическую функцию. Владение французским языком считалось признаком образованности и принадлежности к интеллектуальной элите. Многие османские писатели и публицисты использовали французские слова как маркеры прогрессивности и европейской ориентации.

Следует также отметить, что заимствованные слова подвергались адаптации в соответствии с фонетическими и грамматическими нормами турецкого языка.

Турецкий – агглютинативный язык с развитой суффиксацией, последовательным сингармонизмом и жестким различием именной и глагольной основ. Иноязычный материал, чтобы войти в систему, должен получить совместимость с морфологической парадигмой и с законом сингармонизма, определяющим сочетаемость гласных в пределах слова.

Фонетическая передача строится по нескольким устойчивым правилам. Так, например, французские носовые гласные деназализуются (*chanson* становится *şanson*, *bonjour* становится *bonjur*), конечные немые согласные отбрасываются (*chocolat* становится *çikolata*), начальные согласные кластеры, не свойственные исконной турецкой фонетике, разделяются протетической гласной (*train* переходит в *tren* при старом *tıren*, *sport* становится *spor* при историческом варианте *ispor*).

Французские заимствования также активно включались в агглютинативную систему турецкого языка, принимая турецкие аффиксы, суффиксы.

Суффикс деятеля -ci/-cı/-cu/-cü – один из наиболее продуктивных в турецком – свободно присоединяется к европейским основам на всем протяжении последних полутора веков, например: *piyanocu* ‘пианист’, *taksici* ‘таксист’, *bloğcu* ‘блогер’. Суффикс атрибута -li/-lı/-lu/-lü обнаруживает сходную продуктивность: *stresli* ‘нервный, с высоким уровнем стресса’, *problemli* ‘проблемный’, *stilli* ‘стильный’. Абстрактный суффикс -lik/-lık/-luk/-lük дает отвлеченные имена от иноязычных основ: от существительного *direktör* образуется прилагательное *direktörlük* ‘директорство’, *futbolculuk* ‘футболизм’ и другие.

Лексико-грамматический анализ показывает, что французские слова успешно интегрировались в турецкую систему, подчиняясь правилам гармонии гласных и принимая турецкие аффиксы и суффиксы. Суммируя наблюдения по морфологии и синтаксису, можно заключить, что турецкий язык располагает набором грамматических механизмов, которые принимают европейскую лексику без заметных изменений собственной структуры.

Таким образом, французское влияние на лексическую систему турецкого языка в эпоху Танзимата стало важным отражением межкультурного диалога между Османской империей и Европой. Французские заимствования проникали в турецкий язык вместе с новыми социальными институтами, научными знаниями и культурными моделями.

Процесс заимствования носил системный характер и затронул практически все сферы общественной жизни. Галлицизмы не только обогатили словарный состав турецкого языка, но и стали языковым выражением модернизационных процессов XIX века.

Данный период заложил прочный лингвистический фундамент, который в дальнейшем позволил турецкому языку успешно пройти через реформы XX века и стать современным гибким инструментом коммуникации, сохранив при этом глубокую историческую связь с европейской культурной традицией. Изучение этого процесса сегодня позволяет лучше понять механизмы межкультурного взаимодействия в условиях глобализации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Абдуллина Ф.А. Заимствование как результат межъязыкового взаимодействия в контексте межкультурной коммуникации: дис. … канд. филол. наук: 10.02.20 / Абдуллина Флорида Абдулхаевна; Баш. гос. ун-т БашГУ – Уфа, 2004. – 166 с.

2. Крысин, Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке / Л.П. Крысин. – М.: Наука, 1968. – 208 с.

3. Demircan, Ö. Dünden Bugüne Türkiye'de Yabancı Dil / Ö. Demircan. – İstanbul: Remzi, 1988. – 511 s.

4. Korkmaz, Z. Türk Dili Üzerine Araştırmalar / Z. Korkmaz. – Ankara: TDK, 1995. – 1456 s.

FRENCH INFLUENCE ON THE LEXICAL SYSTEM OF THE TURKISH LANGUAGE AS A REFLECTION OF INTERCULTURAL DIALOGUE IN THE TANZIMAT ERA

A.A. Sultanova
Kazan Federal University
Kazan, Russia, alisul2001@yandex.ru

This article analyzes the impact of French vocabulary on the Turkish language during the Tanzimat period (1839–1876). The study explores the historical prerequisites of loanwords, their thematic classification, and the mechanisms of their linguistic adaptation. The paper highlights that Gallicisms were not merely a result of language contact but served as a crucial tool for modernization, reflecting the profound political and intellectual transformation of the Ottoman Empire in the 19th century.

Ke words: Turkish language; French loanwords; Tanzimat; intercultural dialogue; Ottoman Turkish; language contacts; lexical system.

УДК 81’27:316.77

АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЛИНГВОКОГНИТИВНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ

О.В. Фурс
Белорусский государственный экономический университет
Минск, Республика Беларусь, olga.w.furs@gmail.com

В статье рассматриваются ключевые векторы научно-исследовательской деятельности выпускников факультета международных бизнес-коммуникаций. На основе анализа пяти исследовательских проектов выявлены приоритетные направления: цифровизация институционального дискурса, когнитивно-лингвистический анализ правовых концептов и прагматика межкультурного взаимодействия в бизнес-среде.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация; институциональный дискурс; дискурсивные стратегии; лингвокогнитивный анализ; цифровая коммуникация.

В условиях глобальной цифровизации и трансформации международных экономических отношений роль межкультурной коммуникации выходит за рамки лингвистического посредничества. Исследования, приведенные в дипломных работах выпускников факультета международных бизнес-коммуникаций БГЭУ, демонстрируют отход от теоретического описания языка к изучению его функционирования в «живых» институциональных средах: от цифрового пространства фармацевтических брендов до формализованного языка международных контрактов, демонстрируя переход к сложному анализу дискурсивных практик, где язык рассматривается как инструмент стратегического влияния, формирования имиджа и минимизации профессиональных рисков. современный дискурс рассматривается не просто как совокупность текстов, а как сложная экосистема смыслов, где, согласно Г. Кressу и Т. ван Леувену, вербальные и визуальные компоненты образуют неразрывное мультимодальное единство [1].

В рамках статьи проводится анализ пяти выпускных исследовательских работ, выполненных на базе кафедры межкультурной экономической коммуникации БГЭУ под научным руководством автора данной статьи.

Рассмотренные работы сфокусированы на следующих актуальных направлениях:

1) Лингвопрагматика цифрового маркетинга: анализ стратегий самопрезентации фармацевтических брендов в социальных медиа и видеохостингах (на примере компаний Bayer AG и УП «Минскинтеркапс»);

2) сопоставительная концептология: исследование когнитивной структуры и способов вербализации фундаментальных правовых категорий (концепт «*Имущество* / *Property*») в англоязычной и русскоязычной картинах мира;

3) Дискурс-анализ деловой коммуникации: изучение тактик убеждения и аргументации в профессиональной переписке и рекламном видеоконтенте;

4) Переводческая пропедевтика: выявление безэквивалентной лексики и поиск способов достижения прагматической адекватности при переводе юридических и экономических текстов;

5) стратегии лояльности в цифровой среде: смещение интереса от простого «поведенческого» подхода к покупкам в сторону эмоциональной привязанности и психологической лояльности, которая выстраивается через социальные сети (на

примере авиакомпаний «Белавиа и «Аэрофлот», косметических брендов «Relouis» и «Luxvisage»).

Анализ представленных материалов позволяет выделить как объединяющие черты, так и специфические различия в подходах авторов.

Общие черты:

- *Институциональный характер*: все работы исследуют язык внутри конкретных социальных институтов (бизнес, право, медицина), а не в бытовом контексте;
- *Междисциплинарность*: авторы синтезируют методы лингвистики с инструментами маркетинга, психологии и юриспруденции;
- *Прагматическая направленность*: основной вопрос каждой работы – «как язык помогает достичь конкретной цели?» (продать товар, закрепить право собственности, создать доверие);
- *Цифровой след*: большинство авторов обращаются к материалам, функционирующим в интернет-пространстве, что подчеркивает актуальность исследований.

Отличительные черты:

- *Объект анализа*: В то время как одни работы сфокусированы на статичных текстах (юридические договоры, кодексы), другие анализируют динамический мультимодальный контент (YouTube-ролики, Instagram-сторис), где визуальный ряд играет не меньшую роль, чем вербальный.
- *Методологический инструментарий*: Исследования юридического профиля опираются преимущественно на концептуальный и дефиниционный анализ, тогда как работы маркетинговой направленности используют инструментарий теории речевых актов и дискурсивных стратегий.
- *Масштаб сопоставления*: Ряд работ сосредоточен на микроуровне (анализ конкретных терминов), в то время как другие выходят на макроуровень, исследуя глобальные имиджевые стратегии транснациональных корпораций.

Таким образом, представленный корпус исследований отражает многогранность современной коммуникативистики, сочетая в себе строгость терминологического анализа с гибкостью изучения современных медиа-форматов.

Основные тенденции:

1. Одной из наиболее ярких тенденций является изучение цифрового дискурса. Исследователи фокусируются на том, как бренды адаптируют свой инструментарий взаимодействия под социальные медиа (Instagram, Facebook, YouTube). Основными объектами анализа становятся стратегии самопрезентации (информирование, экспертность, эмоциональное сближение). Молодые исследователи подчеркивают, что в межкультурной среде успех бренда зависит не только от перевода контента, но и от выбора специфических коммуникативных тактик (тактика «заботы о здоровье», тактика «социальной ответственности»). Важной чертой является сопоставление подходов глобальных лидеров (Bayer AG) и локальных производителей (УП «Минскинтеркапс»), что позволяет выявить степень влияния глобализации на национальный деловой этикет. существенным является учет визуального кода: в работах подчеркивается, что в Instagram или YouTube изображение часто берет на себя основную прагматическую нагрузку, что требует от лингвиста навыков визуального анализа.

2. Значимая тенденция – углубленное изучение юридического и экономического дискурсов через призму когнитивной лингвистики. В центре внимания находятся базовые профессиональные концепты (например, концепт «*Имущество*» /

«*Property*»). Исследования показывают, что за лексическими единицами стоят глубокие ментальные структуры, различающиеся в англоязычной и русскоязычной правовых культурах. Авторы используют комплексную методику, включающую этимологический анализ, дефиниционный анализ и полевое моделирование концепта (ядро, ближняя и дальняя периферия). Это позволяет выявить «зоны риска» при межкультурной коммуникации, где несовпадение смысловых объемов слов может привести к юридическим ошибкам, опираясь на теорию метафоры Дж. Лакоффа, где правовые категории часто осмысляются через пространственные или физические образы [2].

3. Исследования выпускников акцентируют внимание на прагматическом эффекте текста. Анализируются конкретные языковые средства (интенсификаторы, модальные глаголы, метафоры), которые используются для минимизации коммуникативных рисков в юридических текстах, создания образа надежности в коммерческих предложениях и письмах-претензиях, реализации стратегий убеждения в рекламном видеоконтенте. В этом контексте работы выпускников коррелируют с исследованиями Эрин Мейер и её «картой культурных различий» [3]. Успех коммуникации зависит от понимания контекстуальности: если в западном дискурсе превалирует прямолинейность, то в восточном – тактики сохранения лица и высококонтекстные намеки.

4. Характерной чертой работ является их тесная связь с реальным сектором экономики. Исследования проводятся на базе конкретных организаций (например, ООО «БелБрендАудит», ЧТУП «Бурштат»), что обеспечивает валидность данных, основанных на анализе реальных контрактов и корпоративной переписки. Внедрение результатов в практику реализовано путем разработки практических рекомендаций и глоссариев для специалистов по ВЭД и переводчиков. Прослеживается переход к «человекоцентричному» подходу в профессиональном общении, что требует от специалиста не только знания грамматики, но и развитого лингвистического эмоционального интеллекта.

В этом контексте современный выпускник факультета международных бизнес-коммуникаций выступает в роли «коммуникативного аудитора». Он проводит глубокую ревизию дискурсивных практик организации, оценивая не только грамматику, но и прагматическую способность текстов минимизировать юридические риски и предотвращать репутационные потери на внешних рынках. Более того, в эпоху мультимодального контента специалист берет на себя функции «лингвистического архитектора». Используя инструменты когнитивного моделирования, он не просто транслирует смыслы, а проектирует целостную коммуникативную среду – от визуальных маркеров в социальных сетях до выстраивания аргументации в международных переговорах. Это превращает лингвистическую компетенцию в стратегический актив бизнеса, обеспечивающий формирование добавленной стоимости продукта.

Особое внимание в исследуемых работах уделяется механизмам лингвистической объективации абстрактных категорий в профессиональном сознании. На примере анализа концепта «*Имущество*» и специфики юридической терминологии в международной практике (ООО «БелБрендАудит») прослеживается, как когнитивные структуры определяют выбор дискурсивных стратегий. Это подтверждает гипотезу о том, что эффективное взаимодействие в правовой и экономической сферах невозможно без глубокой интерпретации фоновых знаний и национально-специфических смыслов, заложенных в профессиональном лексиконе.

Другим значимым вектором выступает трансформация диалога между брендом и потребителем в сторону эмоционально-ориентированного общения в цифровой среде. Изучение кейсов авиакомпаний («Белавиа», «Аэрофлот») и косметических брендов демонстрирует переход от информационных моделей к выстраиванию психологической лояльности через мультимодальные тактики в социальных сетях. Лингвистический капитал современного специалиста включает в себя умение балансировать между глобальными стандартами цифрового маркетинга и локальными культурными ожиданиями аудитории.

Заключение. Основные тенденции развития области межкультурной коммуникации включают:

- смещение интереса в сторону мультимодального взаимодействия (текст + видео + интерфейс);
- Усиление роли когнитивного моделирования при переводе специальных текстов;
- Приоритет прагматической эффективности коммуникации над грамматической правильностью.

Результаты этих исследований подтверждают актуальность подготовки кадров, способных осуществлять эффективную медиацию в условиях глобальных экономических и цифровых трансформаций.

Таким образом, современные исследования в области межкультурной коммуникации характеризуются глубиной анализа институциональных дискурсов (корпоративного, юридического) и стремлением адаптировать теоретические лингвистические знания к требованиям глобального рынка и цифровой среды. Это подтверждает высокую адаптивность выпускников Белорусского государственного экономического университета к сложным условиям профессионального общения в межкультурном контексте.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Kress, G. Reading Images: The Grammar of Visual Design / G. Kress, T. van Leeuwen. – 2nd ed. – London : Routledge, 2006. – 312 p.

2. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем : пер. с англ. / Дж. Лакофф, М. Джонсон ; под ред. и с предисловием А. Н. Баранова. – М. : ЛКИ, 2008. – 256 с.

3. Мейер, Э. Карта культурных различий. Как люди думают, руководят и добиваются целей в международной среде / Э. Мейер ; [пер. с англ. А. Толмачева]. – М. : Библос, 2019. – 282 с.

CURRENT VECTORS OF COGNITIVE LINGUISTIC RESEARCH IN PROFESSIONAL COMMUNICATION WITHIN INTERCULTURAL ENVIRONMENTS

O.V. Furs

Belarusian State Economic University

Minsk, The Republic of Belarus, olga.w.furs@gmail.com

The article examines the key vectors of research activities conducted by graduates of the Faculty of Intercultural Communication. Based on the analysis of five research projects, the author identifies priority areas: the digitalization of institutional discourse, cognitive-linguistic analysis of legal concepts, and the pragmatics of intercultural interaction in the business environment.

Keywords: intercultural communication; institutional discourse; discursive strategies; cognitive linguistic analysis; digital communication.

УДК 81'42:008

РОЛЬ ЯЗЫКА В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Камала Хагверди кызы Хагвердиева
Бакинский государственный университет
Баку, Азерьайджан, h.kemale86@yahoo.com

Исходя из вышеизложенного, можно утверждать, что глобальная культура представляет собой совершенно новое явление по сравнению с понятиями «универсальная культура» и «мировая культура». Вместе с тем глобальная культура способна объединять индивидов, этнические группы и нации в единое коммуникативное пространство посредством глобального языка. Английский язык, являясь языком глобальной культуры, занимает ведущие позиции среди других международных языков, способных конкурировать с ним, поскольку данный процесс имеет глубокие исторические корни и не ограничивается лишь феноменом XX–XXI веков. Таким образом, английский язык, функционирующий практически во всех сферах международной жизни (дипломатия, наука, медиа и др.) и обладающий «гибридной» аналитической структурой с романо-германскими языками, выполняет роль общего языка современного общения (*lingua franca*) и объективно стал необходимым средством межкультурной коммуникации. Национально-американский вариант английского языка, помимо выполнения собственной этнокультурной функции, отражает американскую ментальность в контексте взаимодействия с другими языковыми и культурными элементами в условиях глобализации.

Ключевые слова: глобализация, языковые процессы, билингвизм, международные языки, межкультурные процессы.

В современную эпоху глобализация производит впечатление закономерного и неизбежного процесса. Именно поэтому глобализацию нередко рассматривают как очередной этап развития человечества. Как и во многих других сферах, глобальные процессы всё более углубляются и в культуре. Часть исследователей, изучающих глобализацию культуры, оценивает данный феномен как процесс с определённым началом и целью, тогда как другие рассматривают его как межкультурный процесс и понимают глобализацию как модернизацию [1, с. 165].

Ряд исследователей указывают на то, что процессы глобализации, скорость которых постоянно возрастает, направлены на устранение культурной самобытности не только малых, но и крупных народов. Иными словами, под воздействием глобализации формируется новый, общий, унифицированный культурный стандарт, а традиционные хозяйственные уклады, обычаи и культурная самобытность постепенно разрушаются.

Существует ряд проявлений глобализации, позволяющих определить сущность данного феномена. Так, С.А.Ахадова, характеризуя особенности глобализации, пишет, что к её основным предпосылкам относятся технологический прогресс в сфере средств коммуникации, информационного обмена и транспортных систем, либерализация экономики и торговли, расширение сфер деятельности международных и транснациональных организаций, интернационализация капитала и усиление конкуренции на мировых рынках, истощение природных ресурсов и усиление борьбы за контроль над ними, демографический взрыв, формирование унифицированных средств массовой информации и массовой культуры, а также превращение английский язык в универсальное средство общения и др. [2, с. 82].

Р.Асланова, рассматривая проблему культурной глобализации, пишет: «Хотя в области исследования культурного контекста глобализации ещё не сформирова-

лись завершённые концепции, существуют исследования, привлекающие внимание к таким понятиям, как “глобальная гомогенизация”, “культурный империализм”, “мозаичная культура”, “периферийная коррупция”, “культурная свалка”, “культурная гегемония”, отражающим противоречивые процессы, возникающие в культурной сфере» [3, с. 99].

Она указывает, что влияние глобализации на национальные культуры может развиваться по трём возможным сценариям: 1) противостояние; 2) диалог; 3) смешение локальных культур с глобальной доминирующей культурой и их исчезновение [3, с. 102].

Действительно, для теоретического обоснования роли глобализации в культуре необходимо определить принципы взаимодействия различных культур, отражающие сценарии развития человеческого общества. Д.Хелд выделяет четыре сценария дальнейшего развития процесса глобализации: 1) гомогенизация; 2) противостояние или конфликт; 3) гибридизация; 4) индифферентность [4, с. 35-61].

Под гомогенизацией понимаются процессы, направленные на универсализацию образа жизни в целом. Основными средствами осуществления гомогенизации считаются языковая гегемония, рекламные технологии, стилизация в искусстве, литературе и архитектуре и др. Следует отметить, что данная концепция глобализации содержит и негативные аспекты. Учитывая это, известный турецкий лингвист З.Коркмаз пишет: «Если учитывать, что культура является многогранным и всеобъемлющим понятием, становится очевидным, что эпоха науки и информации, в которой мы живём, а также процесс глобализации представляют собой процесс масштабного культурного соревнования, охватывающего такие сферы, как наука, техника и искусство, язык, религия, литература, обычаи и традиции, право, дипломатия, экономика и многие другие области» [5, с. 483-484].

По мнению автора, в результате процесса глобализации общества с высоким уровнем культуры и общества с более низким уровнем культуры окажутся в состоянии противостояния. В отличие от гомогенизации, гибридизация, являющаяся динамической характеристикой современной глобализации, определяет взаимодействие культур на иных принципах. Под гибридизацией понимается смешение языков и культур, происходящее в результате процесса глобализации. В основе данной концепции лежит идея культурной диффузии. Сторонники культурной диффузии рассматривают исторические связи и взаимное влияние культур как результат воздействия конкретной этнической культуры. В современную эпоху культурная гибридизация нередко представляет собой искусственную компиляцию элементов, объединение которых ранее считалось невозможным.

Иногда гибридизацию также называют транснациональной моделью культуры. Под этим понятием понимается непрерывная культурная среда, в которой значение имеют не только реальные, но и потенциально возможные элементы. В рамках модели транскультуры действует принцип интерференции, то есть распространения символических значений одной культуры на другие культурные сферы. Данная концепция поддерживает идею формирования культуры виртуальной реальности в современную эпоху. В основе этой теории лежит процесс глобализации культуры, соответствующий идее единого потока (*global flow*), отражающего ход процесса гибридизации.

В научной литературе существуют различные подходы к определению пространств, в которых проявляется глобализация. Наиболее общая классификация объединяет пространства глобализации в три группы: 1) экономическое пространство; 2) политическое пространство; 3) культурное пространство.

В экономической сфере проявляется масштабная конкуренция в области производства, распределения и потребления товаров и услуг. Рынок приобретает глобальный характер, а экономисты и крупные корпорации стремятся к овладению глобальным рынком. Возрастающее значение мировой экономики и изменения роли государства выдвинули на первый план свободную рыночную экономику.

Процесс глобализации оказывает значительное влияние и на политическую сферу. Отмечается, что связь глобализации с интернационализацией может привести к двум последствиям. Во-первых, глобальный капитализм способен ослабить международные границы. Во-вторых, интернационализация как результат глобализации может, напротив, усилиться. В этом случае интернационализм может представлять собой обращение к локальным корням. Иными словами, интернационализация может стать своеобразной формой защиты от потоков модернизации и глобализации.

«Решение целого ряда вопросов, связанных с глобализацией и культурой, зависит от характера взаимосвязей между ними» [6, с. 220-221]. Теория А.Аппадураи достаточно плотно отражает характеристики виртуального мира: «Для того чтобы подчеркнуть мгновенность, скорость и масштаб процессов глобализации, учёный выделяет несколько пространств потоков, образованных с помощью элемента *scape*: техническое пространство (*technoscape*), соответствующее потоку глобальных конфигураций технологий; финансовое пространство (*financescape*), включающее потоки капитала, транзакций и инвестиций; этнопространство (*ethnoscape*), отражающее потоки беженцев, мигрантов и туристов; медиапространство (*mediascape*), представляющее собой поток электронной информации, где смешиваются образы, символы и знаки; а также идеологическое пространство (*ideoscape*), отражающее потоки различных символов, идей и мировоззрений» [7, с. 296-300].

В азербайджанском языке существуют сотни заимствований из английского языка, соответствующих теории потоков А. Аппадураи. Так, в технической сфере используются слова *multimedia* ‘совокупность средств для создания аудио- и видеозаписей’, *card reader* ‘устройство для считывания карт’, *compiler* ‘программа для перевода с одного машинного языка на другой’, *wi-fi* ‘беспроводной интернет’, *I-Pad* ‘планшет’ и др. В финансовой сфере встречаются такие единицы, как *time share* ‘форма коллективной собственности в зонах отдыха’, *tranche* ‘объём выпуска облигаций; квота Международного валютного фонда’, *smart card* ‘кредитная карта с микропроцессором’, *float* ‘общий объём акций, выпущенных компанией на рынок’ и др. В медиапространстве употребляются *prime time* ‘время наибольшей телевизионной аудитории’, *clinch* ‘открытый спор’, *mainstream* ‘доминирующая тенденция’, *poster* ‘плакат, афиша’, *press release* ‘ресс-релиз’, *tabloid* ‘бульварная газета’, *jingle* ‘музыкальный логотип’, *art house* ‘авторское кино’, *insert* ‘рекламное приложение’, *fliers* ‘рекламные листовки’ и др.

Подобные формы, то есть появление слов и выражений английского происхождения в своеобразной, спонтанной и зачастую недолговечной форме на основе *Pidgin English*, наглядно отражают процесс гибридизации. Такие процессы происходят в точках пересечения указанных потоков — в когнитивно-коммуникативных зонах, сглаживающих различия между виртуальными и реальными пространствами. В этих условиях глобальный Английский язык становится импульсом для возникновения новых гибридных лексических единиц [8, с. 68].

В современную эпоху глобальная культура напоминает непрерывный поток, находящийся в постоянной динамике, проявляющейся в процессах разделения и

последующего объединения. Средства массовой информации постоянно изменяют представления обществ о времени и пространстве. В соответствии с научно-техническим прогрессом международный капитал непрерывно перемещается, а отдельные отрасли экономики развиваются быстро, но неравномерно в различных регионах. Всё это, в свою очередь, способствует возникновению культурных смешений и процессов гибридизации.

В современный период американизмы активно проникают в языки мира через различные профессиональные сферы деятельности и при непосредственном содействии средств массовой информации. Если заимствование части таких слов связано с прямой необходимостью, то есть данные слова обозначают новые предметы, явления, услуги и т.д., то значительная их часть не обладает подобной функцией и употребляется скорее, как элемент моды и языкового престижа.

Например, в азербайджанском языке слово персидского происхождения *mehmanxana* ‘гостиница’ употребляется в значении ‘здание со специально оборудованными комнатами для временного проживания приезжих’ [9, с. 302] и является общеупотребительным. В значении «гостиница» также используется словосочетание *qonaq evi* ‘гостевой дом’. Однако в последние годы в семантике данного выражения появился новый оттенок значения. Так, место, где могут остановиться обычные приезжие, всё чаще обозначается словом *otel // hotel* ‘отель, гостиница’, тогда как *qonaq evi* ‘гостевой дом’ употребляется преимущественно по отношению к местам проживания высокопоставленных государственных и правительственных лиц.

В языке художественной литературы слово *otel* ‘отель’ также используется в аналогичном значении. Ср.: *Otel sahibi və onun dalınca bir əcnəbi nömrəyə girdilər* ‘В номер вошли владелец отеля и следовавший за ним иностранец’ (С. М. Ганизаде); *Restorandan aşağı Nemətin nəzərinə çarpan böyük bir otel oldu* ‘Немет заметил большой отель ниже ресторана’ (Ю.В.Чеменземинли) [9, с. 532]. Следует отметить, что в последнее время азербайджанском языке слово *otel* всё чаще употребляется в форме *hotel*.

Вытеснение словом *otel / hotel* ‘отель, гостиница’ слов *mehmanxana* ‘гостиница’ и *qonaq evi* ‘гостевой дом’, а также переход к написанию *hotel* в соответствии с нормами английского языка напрямую связаны с процессами глобализации и в определённой степени отражают тенденции языковой моды и престижа. В современном турецком языке также наблюдаются подобные явления. Г.Гюльсевин, обращая внимание на выражение притяжательного значения посредством характерного для Английский язык элемента *-’s* в таких собственных названиях, как *Ali’s Apart Otel*, *Mel’s Restaurant*, *Özdemir’s Çorap ve Çamaşır*, отмечает, что подобный способ наименования превратился в своеобразную моду и языковой тренд [10, с. 156].

С. Кючюк, указывая на то, что такие названия, как *Foto Işık Digital*, *Foto Doğuş Color*, *Ogün Bufe*, *Erdal Lokanta*, не соответствуют синтаксической структуре турецкого языка, подчёркивает, что данные наименования должны оформляться в виде *Ogünün Bufesi* и *Erdalın Lokantası* [11, с. 510].

По мнению А.Н.Сыр, поскольку в турецком языке отсутствует определённый артикль, характерный для английского языка артикль *the*, встречающийся главным образом в названиях гостиниц и коммерческих заведений (*The Marmara*, *The Plaza Hotel*, *The Bostancı Otel*, *The Hause Cake* и др.), способствует «засорению» турецкого языка [12, с. 976]. Действительно, данные тенденции, проявляющиеся в турецком языке, возникли как результат процессов глобализации и не соответ-

ствуют лексическим и грамматическим нормам турецкого языка. «Эти нововведения, внедряемые в язык ради моды, престижа или коммерческой выгоды, лишь способствуют его засорению» [13, с. 174].

Исследуя рекламные тексты на русском языке, Е.Г.Соболева и Д.Р.Файзулина отмечают, что «при создании подобных текстов нередко не соблюдаются лексические и грамматические нормы русского языка. Обратим внимание на следующие фрагменты текста: *Научится танцевать джаз, contenporary, соло-латина, сальса, восточный танец, hip-hop, street-dance пластика, strip-латина, фламенко; Face-control, dress-code, полный женский стриптиз на двух сценах, стрип-меню. InfinityBlade 3 самая дорогая и графически продвинутая мобильная игра в стиле dark-fantasy – про жутких монстров и бескомпромиссные поединки с применением холодного оружия. Роскошный VIP-зал с индивидуальным обслуживанием. Вход – free, легкие цены, dress-code, face-kontrol*» [14, с. 68-88].

В приведённых примерах смешиваются не только языки, но и графические системы письма. Использование в пределах одного текста слов как на русском языке (*соло-латина, сальса, восточный танец, полный женский стриптиз на двух сценах* и др.), так и на английском языке (*dark-fantasy, dress-code, face-kontrol* и др.) приводит к возникновению гибридного текста. Примечательно, что в данных примерах компоненты словосочетаний и сложных слов также оформляются на разных языках и разными алфавитами. Сравним: *street-dance пластика*, *strip-латина*, *VIP-зал*, *Вход – free* и др.

Подобное явление в рекламных текстах возникает не столько из соображений моды, сколько с целью получения большой коммерческой выгоды. Включение в текст иностранных слов и выражений создаёт впечатление экзотичности, элитарности и высокого статуса. Это особенно наглядно проявляется в выражении *Вход – free*. Слово *вход* в русском языке означает ‘доступ, проход’, тогда как английское *free* переводится как ‘свободный, бесплатный’. В данном случае подчёркивается свободный вход в рекламируемое заведение.

Под выражением *dress-code* понимается контроль соответствия одежды посетителей установленным требованиям мероприятия, а под *face-kontrol* — отказ в обслуживании клиентов, не соответствующих определённым критериям, и запрет на вход в заведение. Несмотря на то, что данные понятия могли бы быть вполне выражены средствами русского языка, обращение к английским языковым элементам напрямую связано со спецификой рекламного дискурса и прагматическими целями рекламы.

Л.М.Гончарова на основе лексики, связанной с туризмом, обобщает причины проникновения в последние годы в русский язык слов из иностранных языков следующим образом:

«а) необходимость наименования новых явлений, предметов и услуг, например: *дьюти-фри*, *такс-фри*, *хостел*, *бизнес-тур*;

б) необходимость уточнения понятий, близких по семантике, но имеющих определённые различия, например: *бонус – премия*, *трансфер – доставка, перевозка*; по мнению автора, широко употреблявшееся ранее и понятное всем слово *бутерброд* постепенно вытесняется заимствованным словом *сэндвич* и обозначениями его разновидностей — *гамбургер*, *фишбургер*, *чизбургер*, вследствие чего слово *бутерброд* переходит в пассивный словарный фонд;

в) необходимость компактного обозначения предметов, явлений и услуг, например: *инклюзив-тур* “комплексный тур, включающий проезд до места назна-

чения и обратно, проживание и сопутствующие услуги", *твин* "двухместный номер с раздельными кроватями" и др.;

г) социально-психологические причины, связанные с восприятием заимствованного слова как более престижного и соответствующего «высокому стилю», например: *all-inclusive* "всё включено", *кайонинг* "спуск по горной реке на лодке", *кейтеринг* "организация питания" и др.» [15, с. 58].

В виртуальном пространстве различные когнитивно-коммуникативные зоны формируются посредством всемирной сети Интернет, превращающей весь мир в единую коммуникативную среду. В реальном, физическом пространстве эту роль выполняют крупные города, в которых сосредоточены информационная сфера, экономика, финансы и индустрия культуры (*Лондон*, *Москва*, *Нью-Йорк*, *Стамбул*, *Токио*, *Шанхай*, *Гонконг*, *Дели* и др.). Именно в таких местах существуют все условия для языковых контактов, поскольку в крупных мегаполисах как в реальном, так и в виртуальном пространстве происходят креативные взаимодействия и взаимопроникновение культур. Городской дискурс различается не только по социальным характеристикам, но и по биологическим, расовым, образовательным, гендерным, темпераментным и другим особенностям [16, с. 92].

Особенно ярко процесс формирования гибридных лексических единиц проявляется в рекламе. В качестве примеров на азербайджанском языке можно привести такие слова и словосочетания, как *online-kredit*, *SPA-salon* (*SPA* — сокращение от латинского *Sanus per Aquam* или *Sanitas per Aqua* 'здоровье с помощью воды'), *VIP-zal*, *VIP-salon*, *Check-up Mərkəzi*, *Coca-Cola zavodu*, *Gold Bakı*, *Best Bakı* и др. Основной целью использования подобных гибридных конструкций является привлечение внимания потребителя.

Исходя из вышеизложенного, можно утверждать, что глобальная культура, в отличие от понятий «общечеловеческая культура» и «мировая культура», представляет собой совершенно новый феномен. Вместе с тем глобальная культура обладает способностью объединять индивидов, этносы и нации в единое коммуникативное пространство посредством глобального языка.

Английский язык, являющийся языком глобальной культуры, занимает ведущие позиции среди других международных языков, способных конкурировать с ним, и данное явление имеет глубокие исторические корни, а не является исключительно феноменом XX–XXI веков. Исторически английский язык, занимавший ведущие позиции практически во всех сферах международной жизни (дипломатия, наука, средства массовой информации и др.) и обладающий благодаря своим романо-германским корням «гибридной» аналитической структурой, в современную эпоху стал выполнять функцию общего языка общения (*lingua franca*) и превратился в объективно необходимое средство межкультурной коммуникации [17].

Национальный американский вариант английского языка, наряду с выполнением присущей ему этнокультурной функции, отражает американский менталитет в условиях взаимодействия с другими лингвокультурологическими элементами в эпоху глобализации. «Английский язык, претендующий на ассимиляцию других языков мира, приобретает не только лингвокультурологический, но и идеологический характер. Следует учитывать, что английский язык, приобретающий глобальный статус, постепенно утрачивает отдельные национальные языковые особенности, упрощается в грамматическом и фразеологическом отношении и превращается в универсальное средство общения, то есть в условиях объективной глобализации начинает функционировать как межнациональный язык коммуникации» [18, с. 789].

Комплексный анализ всех аспектов глобализации позволяет сделать вывод о том, что глобализация прежде всего реализуется в лингвокультурологическом пространстве. Это проявляется в актуализации языка и культуры как ведущих факторов глобализации практически во всех сферах международных отношений.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. İçli, G. Küreselleşme ve kültür / G. İçli // Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. – 2001. – C. 25, № 2. – S. 163-172.

2. Əhədova, S. A. Müasir dünyada mədəniyyətlərarası münasibətlər / S. A. Əhədova. – Bakı : Elm, 2014. – 348 s.

3. Aslanova, R. Qloballaşma və mədəni müxtəliflik / R. Aslanova. – Bakı : Elm, 2004. – 264 s.

4. Held, D. Global transformations: politics, economics and culture / D. Held. – Cambridge: Polity, 1990. – 180 p.

5. Korkmaz, Z. Günümüz dünya koşullarında ve küreselleşme sürecinde kültürün yeri ve Türk dünyası / Z. Korkmaz // Türk Dili. – 2006. – S. 654. – S. 483-487.

6. Jones, M. Mass media / M. Jones, E. Jones. – London: Macmillan Press Ltd, 1999. – 272 p.

7. Appadurai, A. Disjuncture and difference in the global cultural economy / A. Appadurai // Theory, Culture and Society. – 1990. – Vol. 7. – P. 295-310.

8. Одегова, О. В. Глобализация языка и культуры: специфика и место в системе глобальных процессов современности / О. В. Одегова. – Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2017. – 168 с.

9. Azərbaycan dilinin izahlı lüğəti. III cild. – Bakı: Şərq–Qərb, 2006. – 762 s.

10. Gülsevin, G. Dil kirliliyi sorunu / G. Gülsevin // Çağdaş Türkçenin Sorunları. – Ankara: Gazi Kitabevi, 2006. – S. 135-164.

11. Küçük, S. Dil kirliliyinin Türkçemize yansımaları / S. Küçük // Türk Dili. Dil ve Edebiyat Dergisi. – 2007. – S. 669. – S. 504-514.

12. Sır, A. N. Türkçede batı kaynaklı kelimeler ve unsurlar sorunu / A. N. Sır // International Journal of Social Science. – 2015. – Vol. 6, issue 8. – P. 969-982.

13. Habibova, K. Virtual discourse as a communicative requirement of the modern era / K. Habibova // Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research. – 2023. – Vol. 13, № 1. – P. 173-176.

14. Соболева, Е. Г. Иноязычная лексика в рекламном тексте: редакторский аспект / Е. Г. Соболева, Д. Р. Файзулина // Книжное дело: достижения, проблемы, перспективы : сб. материалов Междунар. науч. конф., Екатеринбург, 23 апр. – 23 мая 2015 г. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2015. – С. 68-88.

15. Гончарова, Л. М. Иноязычная лексика в туризме: мода или необходимость? / Л. М. Гончарова // Русская речь. – 2011. – № 5. – С. 57-62.

16. Ерофеева, Т. И. Лингвистика городского пространства / Т. И. Ерофеева // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2013. – № 3. – С. 92-97.

17. Huseynova, R. The evolution of the English language in the internet and social media era / R. Huseynova, N. Aliyeva, K. Habibova, R. Heydarov // Cadernos de Educação Tecnologia e Sociedade. – 2024. – Vol. 17, special issue 4. – P. 299-314.

18. Habibova, K. A. Language policy in the virtual space / K. A. Habibova, Y. M. Jafarov // Modern Management Trends and the Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth (MTDE 2019): proc. of the 1st Int. Sci. Conf. – Atlantis Press, 2019. – P. 788-791.

THE ROLE OF LANGUAGE IN INTERCULTURAL COMMUNICATION UNDER THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION PROCESSES

Kamala Hagverdiyeva
Baku State University
Baku, Azerbaijan, h.kemale86@yahoo.com

Based on the foregoing, we can say that global culture is a completely new phenomenon, in contrast to the concepts of "universal culture" and "world culture". However, the global culture is able to unite individuals, ethnic groups and nations into a communicative entire with the help of the global language. English, as the language of the global culture, is at the forefront of the development of other international languages that can compete with it, because it is not just a phenomenon of the XX-XXI centuries, this process has deep historical roots. Thus, English language, which is at the forefront of almost all spheres of international life (diplomacy, science, media, etc.), also having a "hybrid" analytical structure with Romano-Germanic languages, plays the role of a common language in the modern era communication (lingua franca), and has become a necessary means of the intercultural communication objectively. The national-American version of the English language, in addition to performing its own ethnocultural function, reflects the American mentality in the context of interaction with other linguistic and cultural elements within the framework of globalization.

Keywords: globalization, language processes, bilingualism, international languages, intercultural processes.

УДК 316.77:378

DIE ENTWICKLUNG DER MULTIKULTURELLEN KOMMUNIKATION UND NATIONAL-KULTURELLER WERTE IM FREMDSPRACHENUNTERRICHT

S.A. Hodasewitsch, T.G. Dawidowitsch
Belarussische Staatliche Universität
Minsk, Belarus, hodasevichsa@bsu.by, davidovich@bsu.by

Multikulturelle Kommunikation ist für Studierende eine zentrale Kompetenz in einer globalisierten Forschungspraxis. In diesem Artikel werden die Fragen der Entwicklung der multikulturellen Kommunikation untersucht, verschiedene Ansätze der multikulturellen Kommunikation angeführt. Die Bildung national-kultureller Basiswerte und Selbstidentifikation werden analysiert. Die Wichtigkeit der Entwicklung der multikulturellen Kompetenzen bei Studenten wird betont.

Keywords: multikulturell, Kommunikation, Interaktion, Selbstidentifikation, Werte.

Objektive Globalisierungsprozesse in der modernen Gesellschaft erweitern und verstärken verschiedene Formen der Kommunikation und Interaktion zwischen Ländern, Völkern und Kulturen. Ereignisse im Leben einzelner Länder spiegeln sich in der Lebensweise der Menschen in verschiedenen Teilen der Welt wider. Unter diesen Bedingungen begreift sich jedes Volk als integraler Bestandteil einer allgemeinen kulturellen Welt, was höhere Anforderungen an die Bereitschaft des Einzelnen zur interkulturellen Interaktion und Integration stellt.

Im Vordergrund des Prozesses der kulturellen Interaktion stehen heute die Probleme der Kompetenz, des kompetenzorientierten Ansatzes und der angemessenen Wahrnehmung kultureller Unterschiede in der interkulturellen fremdsprachigen Kommunikation. In diesem Zusammenhang sollte der Fremdsprachenunterricht darauf ausgerichtet sein, Studierende auf eine aktive interkulturelle Zusammenarbeit vorzu-

bereiten. Diese wird als funktional bedingte kommunikative Interaktion von Menschen betrachtet, die Träger soziokultureller Werte unterschiedlicher Kulturgemeinschaften sind und sich voneinander durch wertorientierte Weltanschauung, Lebensart, Verhaltensmodelle usw. unterscheiden [1]. Daher ist die kulturwissenschaftliche Komponente, die die Beherrschung der Kultur des Landes der Zielsprache voraussetzt, ein integraler Bestandteil des Inhalts des Fremdsprachenunterrichts in der heutigen Phase.

Die Effektivität der internationalen Kommunikation hängt nicht nur von Sprachkenntnissen ab, sondern auch vom Verständnis der Kulturelemente der Kommunikationspartner, der Berücksichtigung der soziokulturellen Faktoren, der Kommunikationsbedingungen, der Etiketteregeln, der Sitten und Traditionen sowie der Besonderheiten des nationalen Charakters und Denkens, der Alltagskultur, des alltäglichen Verhaltens, des Wertesystems usw. Ohne Hintergrundwissen über die Welt der Zielsprache ist es unmöglich, diese aktiv zu nutzen und Erfolg in der Kommunikation zu erzielen.

Man unterscheidet verschiedene Typen und Theorien der interkulturellen Kommunikation. Die wichtigsten sind:

Sozialwissenschaftlicher Ansatz:

Dieses Modell konzentriert sich auf das Beobachten vom Verhalten einer Person aus einer anderen Kultur, um es zu beschreiben und mit anderen Kulturen zu vergleichen. Es untersucht auch die Art und Weise, wie Individuen ihre Kommunikation in verschiedenen Situationen anpassen, abhängig davon, mit wem sie sprechen.

Interpretativer Ansatz:

Diese Theorie konzentriert sich darauf, Wissen über eine Kultur durch Kommunikation in Form von geteilten Geschichten auf der Grundlage subjektiver, individueller Erfahrungen zu sammeln. Der Schwerpunkt liegt auf der interkulturellen Kommunikation, wie sie in bestimmten Sprachgemeinschaften verwendet wird, daher spielt Ethnographie hier eine wichtige Rolle. Da der individuelle Kontext für dieses Modell so wichtig ist, strebt es nicht danach, verallgemeinerte Vorhersagen auf der Grundlage seiner Ergebnisse zu treffen.

Dialektischer Ansatz:

Diese Methode untersucht Aspekte der interkulturellen Kommunikation in Form von sechs Dichotomien, nämlich kulturell gegenüber individuell, persönlich gegenüber kontextuell, Unterschiede gegenüber Ähnlichkeiten, statisch gegenüber dynamisch, Geschichte gegenüber Vergangenheit, Gegenwart gegenüber Zukunft und Privileg gegenüber Benachteiligung. Ein dialektischer Ansatz hilft uns, über Kultur und interkulturelle Kommunikation auf komplexe Weise nachzudenken, damit wir vermeiden können, alles in entweder-oder Dichotomien zu kategorisieren, indem wir einen breiteren Ansatz wählen und die Spannungen anerkennen, die ausgehandelt werden müssen.

Kritischer Ansatz:

Dieser Ansatz untersucht Kulturen nach ihren Unterschieden im Vergleich zur eigenen Kultur des Forschers und insbesondere, wie diese Kulturen in den Medien dargestellt werden. Der kritische Ansatz ist komplex und vielschichtig und führt daher zu einem umfassenden Verständnis der interkulturellen Kommunikation [2].

Die Ausbildung von Fachkräften an der Belorussischen staatlichen Universität, die fähig sind zur Kommunikation, Zusammenarbeit und effektiven Interaktion mit Vertretern anderer national-kultureller Gemeinschaften, setzt die Entwicklung einer interkulturellen Kompetenz voraus. Diese wird als wichtiger Bestandteil der fremdsprachigen Kommunikationskompetenz und ihrer Kernelemente betrachtet.

Woraus bestehen die Kommunikationskompetenzen?

Linguistische Kompetenz:

Es geht um Kenntnis lexikalischer Einheiten, grammatikalischer Kategorien und Strukturen, Regeln der Wortkombination im Satz, die Fähigkeit, Sätze zu einem zusammenhängenden Text gemäß den Grundprinzipien des Diskurses in der Zielsprache unter Berücksichtigung von Stil und Register zu ordnen;

Soziolinguistische Kompetenz:

Darunter wird Fähigkeit, das eigene Land und die eigene Kultur zu präsentieren, Kenntnis kultureller Fakten des Ziellandes, Fähigkeit, das eigene Sprachverhalten gemäß den Normen und Regeln dieser Kultur zu gestalten, Auswahl und Verwendung von Grußformeln, Formeln der Redehöflichkeit usw. unter Berücksichtigung der Kommunikationssituation.

Pragmatische (kompensatorische) Kompetenz:

Die Fähigkeit, Schwierigkeiten umzugehen und zu überwinden, das Schwierige und Unbekannte zu vermeiden, äquivalente Ersetzungen vorzunehmen sowie die Absicht, den Inhalt und den Charakter der Äußerung zu korrigieren.

Interkulturelle Kompetenz setzt die Fähigkeit des Einzelnen voraus, sich im Rahmen eines Dialogs der Kulturen auszudrücken, seine eigene Nation und Kultur unter den Bedingungen der interkulturellen Kommunikation zu repräsentieren.

Es soll betont werden, dass die Bildung von Vorstellungen über kulturelle Vielfalt als Norm des Zusammenlebens und der gegenseitigen Entwicklung der Kulturen in der modernen multikulturellen Welt gleichzeitig mit der Bildung national-kultureller Basiswerte des eigenen Landes, dem Selbstverständnis im Spektrum der Kulturen und der Erziehung zum Stolz auf die eigene Kultur erfolgt werden soll. Denn wie so treffend gesagt wird «Man kann den anderen kaum verstehen, wenn man sich selbst nicht kennt». Daher sollte die thematisch-situative Organisation des Unterrichtsmaterials zur Bildung eines ganzheitlichen Systems von Vorstellungen der Studierenden über die wichtigsten nationalen Traditionen, Bräuche und Realien sowohl des Ziellandes als auch des eigenen Landes beitragen. Dies soll den Studierenden helfen, sich als gleichberechtigte Vertreter der Weltgemeinschaft zu sehen, die durch gemeinsame Interessen, Probleme und Lösungen verbunden sind.

Unsere eigene Kultur ist wie eine unsichtbare Brille, durch die wir die Welt sehen.

Wenn wir unsere eigenen Bräuche und Werte nicht genau kennen, merken wir gar nicht, dass wir andere Kulturen ständig durch unsere „eigene Brille“ bewerten. Nur wenn man weiß, warum man auf eine bestimmte Weise feiert oder kommuniziert, kann man erkennen, dass das Verhalten des anderen kein „Fehler“ ist, sondern einfach anders ist. Bräuche und Feste bedeuten nicht nur „Partys“; sie sind die sichtbare Spitze eines kulturellen Eisbergs. Erst wenn man die Komplexität der eigenen Kultur versteht, entwickelt man ein Bewusstsein dafür, dass die eigene Lebensweise nur eine von vielen Möglichkeiten ist. Das baut Überlegenheit ab. Feste und Bräuche lehren uns auch soziale Hierarchien, Höflichkeitsformen und den Umgang mit Zeit. Wer weiß, warum man in der eigenen Kultur z. B. Geschenke auf eine bestimmte Weise überreicht, wird sensibler dafür, auf die feinen Signale in anderen Kulturen zu achten.

Außerdem Menschen, die ihre Traditionen schätzen, fühlen sich in der Begegnung mit Fremdem oft sicherer. Diese innere Sicherheit ist die Basis für echte Neugier und Toleranz gegenüber anderen.

Andererseits, wenn wir unsere eigene Kultur tiefgehend kennen, wissen wir, dass sie nicht einheitlich ist, dass es regionale Unterschiede, verschiedene Arten zu feiern gibt. Dieses Wissen schützt uns davor, andere Kulturen zu verallgemeinern.

Schlussfolgernd kann man sagen, dass Interkulturelle Kompetenz nicht mit dem Erlernen fremder Bräuche beginnt, sondern mit der Selbstreflexion der eigenen kulturellen Identität. Nur wer seine eigenen Wurzeln kennt, kann anderen Kulturen mit echtem Respekt begegnen.

Deshalb nehmen im Fremdsprachenunterricht an der Belarussischen Staatlichen Universität Themen über kulturelle Besonderheiten von Belarus eine wichtige Stelle im Lehrprogramm zum Fremdsprachenunterricht. Studenten untersuchen Feste von Belarus und auch internationale Feste, führen aktive Projektarbeit in diesem Bereich. Und präsentieren ihre Recherchen im Unterricht. Als Reflexion werden Rollenspiele und Quizze über Feste und Bräuche durchgeführt, wo Studierende ihre erworbenen Kenntnisse in Situationen, nahen zu realistischen Lebenssituationen, abspielen.

Jedes Jahr wird an allen Fakultäten der Belarussischen Staatlichen Universität die «Fremdsprachenwoche» organisiert. Alle Studierende sind Teilnehmer dieser kreativen Maßnahme. In diesem Jahr war die „Fremdsprachenwoche“ dem Osterfest gewidmet. Die Studenten haben nicht nur selbst die feinsten Besonderheiten des Osterfestes in jeder Region von Belarus untersucht, sondern es den ausländischen Studierenden in interaktiven Formen präsentiert, was mit viel Freude und positiven Emotionen begleitet wurde und die besten Eindrücke auf alle gemacht hat.

Das sind wohl die wirksamsten Methoden der Bildung national-kultureller Basiswerte des eigenen Landes, was zu besserem Selbstverständnis im Spektrum der Kulturen und der Erziehung zum Stolz auf die eigene Kultur beiträgt.

Es wäre von Bedeutung die Wichtigkeit der multikulturelleren Kommunikationsfertigkeiten am Beispiel von Biologie Studierenden zu analysieren:

Forschungsprojekte finden oft international statt. Ob es um die Entdeckung neuer Medikamente, den Schutz gefährdeter Arten oder die Erforschung von Krankheiten geht – Wissenschaftler aus verschiedenen Ländern arbeiten zusammen. Effektive multikulturelle Kommunikation hilft dabei, Missverständnisse zu vermeiden, Ideen klar auszutauschen und gemeinsame Forschungsziele zu erreichen.

Verständnis globaler Gesundheitsherausforderungen:

Viele Krankheiten, wie z. B. Pandemien (COVID-19), kennen keine Grenzen. Um solche globalen Gesundheitsherausforderungen zu verstehen und zu bekämpfen, müssen Biologen die spezifischen biologischen und sozialen Faktoren in verschiedenen Kulturen berücksichtigen. Multikulturelle Kommunikation ermöglicht es, diese Kontexte zu verstehen und Lösungsansätze zu entwickeln, die für verschiedene Bevölkerungsgruppen relevant sind.

Vielfalt in der Forschung und Innovation:

Unterschiedliche kulturelle Hintergründe bringen unterschiedliche Perspektiven und Lösungsansätze mit sich. Ein Team aus verschiedenen Kulturen kann kreativer und innovativer sein, da sie Probleme aus verschiedenen Blickwinkeln betrachten. Dies kann zu Durchbrüchen führen, die in homogenen Teams vielleicht nicht möglich wären

Ethische und kulturelle Sensibilität:

Biologische Forschung kann ethische Fragen aufwerfen, die je nach kulturellem Hintergrund unterschiedlich bewertet werden. Beispielsweise gibt es in verschiedenen Kulturen unterschiedliche Ansichten zur Gentechnik, zum Umgang mit Tieren in der Forschung oder zur Anwendung bestimmter medizinischer Verfahren. Ein Bewusstsein für kulturelle Unterschiede ist entscheidend, um ethisch fundiert und respektvoll zu handeln.

Arbeit in internationalen Umgebungen:

Viele Biologiestudenten streben nach dem Studium eine Karriere in internationalen Organisationen, Pharmaunternehmen, Forschungseinrichtungen oder NGOs an. Sie werden wahrscheinlich mit Kollegen, Kunden oder Forschungspartnern aus aller Welt zusammenarbeiten. Die Fähigkeit, effektiv über kulturelle und sprachliche Barrieren hinweg zu kommunizieren, ist daher eine Schlüsselkompetenz für ihre berufliche Zukunft.

Verständnis von Biodiversität und Ökosystemen:

Die biologische Vielfalt ist ein globales Gut. Der Schutz von Ökosystemen und Arten erfordert oft internationale Abkommen und Zusammenarbeit. Ein Verständnis für die kulturellen Beziehungen, die Menschen in verschiedenen Regionen zu ihrer Umwelt haben, kann dabei helfen, effektivere Naturschutzstrategien zu entwickeln.

Persönliche Bereicherung:

Der Austausch mit Menschen aus anderen Kulturen erweitert nicht nur den Horizont, sondern fördert auch Empathie, Toleranz und interkulturelles Verständnis. Diese persönlichen Qualitäten sind auch in der wissenschaftlichen Arbeit von unschätzbarem Wert.

Für Biologiestudenten ist multikulturelle Kommunikationsfähigkeit nicht nur ein "Soft Skill", sondern eine grundlegende berufliche Notwendigkeit. Sie befähigt sie, effektiv in einem globalisierten wissenschaftlichen Umfeld zu arbeiten, kulturell sensible und ethisch verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen und letztendlich zu einem besseren Verständnis und Schutz der biologischen Welt beizutragen.

Die Entwicklung interkultureller Kompetenz wird durch interaktive Lerntechnologien gefördert, die alle Lernenden in eine gemeinsame Lernaktivität einbeziehen. Infolge der Bildung und Entwicklung interkultureller Kompetenz erwerben die Lernenden zudem folgende Fähigkeiten: Vertreter einer anderen Kultur nicht nur in dem zu sehen, was sie unterscheidet, sondern auch in dem, was sie verbindet; Fehler zu bewerten, die durch das Erreichen einer anderen Kultur entstehen; Vorurteile abzubauen; Wissen über eine fremde Kultur für eine tiefere Selbsterkenntnis zu nutzen [3].

Wenn Studierende entsprechend auf die interkulturelle Kommunikation vorbereitet sind, können sie Missverständnisse, inadäquate Verhaltenswahrnehmungen und potenzielle Konflikte vermeiden, die durch den unsachgemäßen Gebrauch der Sprache, fehlerhafte Interpretation der Reaktionen des Gesprächspartners und eine falsche Einschätzung der Situation entstehen können.

Somit sollte die Berufskultur eines modernen Spezialisten neben Fachwissen und Fertigkeiten auch Fähigkeiten der interkulturellen Kommunikation umfassen. Ohne die Kenntnis kultureller Realitäten, Traditionen, Bräuche und kultureller Werte ist eine vollwertige und fruchtbare interkulturelle berufliche Kommunikation unmöglich. Die interkulturelle Kommunikationskompetenz eines Spezialisten fungiert als eines der Hauptkriterien seiner Professionalität und ist ein Instrument zur Erreichung von Erfolg in der interkulturellen Interaktion, gewinnt einen kulturintegrierenden Wert und sorgt für Vertrauensbildung, Konfliktprävention und Voraussetzungen für die Integration.

LITERATURVERZEICHNIS

1. Иванкина Г. А. Трудности и пути овладения межкультурной коммуникацией при обучении иностранным языкам Г. А. Иванкина / Язык и межкультурная компетенция сборник статей по материалам международной научно-практической конференции – Петрозыводск: ПГПУ, 2007. – С. 112-115.

2. Ehlion Language Consultancy[Electronic resource]. URL: https://ehlion.com/de/magazine/interkulturelle-kommunikation/ (date of access: 07.05.2026).

3. Volkmann, I. Interkulturelle Kompetenz: Konzepte und Praxis des Unterrichts. / I. Volkmann, K. Stierstorfer, W. Gehring. – Tübingen: Narr, 2002. – 247 S.

РАЗВИТИЕ МУЛЬТИКУЛЬТУРНОГО ОБЩЕНИЯ И НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В ПРЕПОДАВАНИИ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

С.А. Ходасевич, Т.Г. Давидович
Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь, hodasevichsa@bsu.by , davidovich@bsu.by

Мультикультурное общение является ключевой компетенцией студентов в глобальной исследовательской практике. В данной статье рассматриваются вопросы развития мультикультурной коммуникации, приводятся различные подходы к мультикультурной коммуникации. Анализируются формирование базовых национально-культурных ценностей и самоидентификация. Подчеркивается важность развития мультикультурных компетенций у студентов.

Ключевые слова: мультикультурный, коммуникация, взаимодействие, самоидентификация, ценности.

УДК 101+808.56

РОЛЬ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ОБУЧЕНИИ ФИЛОСОФСКИМ ДИСЦИПЛИНАМ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

В.В. Шепетюк
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
Минск, Республика Беларусь, shepetuk@mail.ru

В статье рассматривается отдельные аспекты межкультурной коммуникации в ситуации изучения философии и связанных с данным учебным предметом социально-гуманитарных дисциплин. Делается вывод о том, что межнациональное общение и понимание различий в мировоззрениях и ценностных системах играют ключевую роль при изучении философии.

Ключевые слова: межкультурное взаимодействие; мировоззрение; толерантность; менталитет; глобализация; интернационализация образования.

В условиях современного высшего образования, когда взаимодействие различных культур становится все более интенсивным, преподавание философских дисциплин приобретает особую актуальность по ряду причин, связанных с влиянием национальных особенностей мировоззрение человека. В данном контексте, межнациональное общение и понимание различий в мировоззрениях и ценностных системах играют ключевую роль при изучении философии.

Интеграция межкультурного аспекта в процесс обучения философским предметам в университетской среде позволяет студентам глубже осмыслить природу философских идей, которые, зачастую, имеют свои корни в специфических культурных и исторических условиях. Это способствует выработке критического мышления и более широкого, толерантного взгляда на сложные проблемы.

Таким образом, освоение философских концепций в современном университете неразрывно связано с необходимостью понимания и учета многообразия культурных перспектив. Такой подход обогащает образовательный процесс и готовит

будущих специалистов к эффективному взаимодействию в глобализированном мире, где диалог культур является залогом продуктивного сотрудничества и взаимопонимания.

В настоящее время одним из приоритетов развития высшей школы Республики Беларусь является увеличение экспорта образовательных услуг на основе расширения перечня соответствующих предложений для иностранных граждан, а также поддержка процессов интернационализации образования. Благоприятное соотношение цены и качества белорусского высшего образования позволяют ежегодно привлекать в университеты страны значительное количество иностранцев. В 2016/2017 учебном году в высших учебных заведениях страны насчитывалось более 15 тысяч иностранных обучающихся из 107 государств [1] и в соответствии с перспективами развития отрасли эта численность должна была повыситься. В 2024/2025 учебном году общая численность иностранных обучающихся составила уже 35 тысяч человек, которые прибыли из 120 стран мира [2].

Безусловно, рост количества иностранных граждан в учебных заведениях свидетельствует о позитивных тенденциях в развитии отечественного образования, способного интегрироваться в мировой рынок образовательных услуг, повышая тем самым престижность отечественной науки и высшей школы. Вместе с тем рост численности иностранных обучающихся указывает на необходимость переосмысления устоявшихся подходов в понимании особенностей учебной деятельности в связи с усложняющимися условиями, связанными с эффектами поликультурности и плюрализма мировоззренческих ориентаций выходцев из разных стран. На практике это означает, что университет становится полновесным центром интеграции и диалога культур, реализуя важную на сегодняшний день социальную миссию по гармонизации глобальных социальных связей и отношений между представителями различных этнических общностей, укреплению межконфессионального и межнационального согласия. При этом в условиях не спадающей международной напряженности, региональных и локальных конфликтов, сопряженных с факторами агрессии на почве межнациональной, межконфессиональной и межэтнической неприязни, многократно возрастает значимость управления процессами построения межкультурной коммуникации, обеспечивающей позитивное и устойчивое взаимодействие членов различных национальных общностей в рамках их совместной учебной деятельности в учреждении образования. Тем самым подчеркивается, что позитивная межкультурная коммуникация представителей различных национальных, этнических и религиозных общностей напрямую влияет на эффективность процесса получения образования.

Функционирование современного университета, вовлеченного в процесс интернационализации, проходит в ситуации изменяющейся социокультурной реальности, в которой на сегодняшний день сосуществуют, конкурируют и взаимовлияют друг на друга взгляды и ценностные ориентации носителей различных традиций и культур. Кроме того процесс интернационализации как самого образования, так и его интеллектуального базиса – науки в целом, сопровождается взаимопроникновением национальных научных школ и вырабатываемых ими подходов к решению глобальных вызовов и угроз, что в свою очередь стимулирует интенсификацию контактов в области международного научно-образовательного сотрудничества. Как результат. происходит усиление поликультурных характеристик высшего образования, вынужденного считаться с требованиями по поддержанию оптимальных параметров межкультурной коммуникации для обеспечения кон-

структивного взаимодействия всех участников учебного и научно-исследовательского процесса [3].

Интернационализация образования придает также дополнительную значимость вопросам трансформации педагогических технологий, их умелого использования в ситуации поликультурности и плюрализма мнений, обусловленных многообразием этно-конфессиональных, религиозных, национальных и мировоззренческих позиций учащихся из различных зарубежных стран. Последнее обстоятельство предполагает укрепление взаимопонимания между носителями различных национальных ментальностей, культивирование и распространение среди них в первую очередь общечеловеческих гуманистических ценностей.

Как известно, отличительной чертой философских дисциплин является их коммуникативная направленность. Связано это с тем, что основными задачами преподавания философии является поддержание разностороннего развития личности, повышение ее мировоззренческой и коммуникативной культуры, снижение негативных последствий гиперпрофессионализации. Философские дисциплины призваны содействовать сбалансированному развитию молодых специалистов путем формирования у них недостающих элементов учебнопознавательной, морально-нравственной и общечеловеческой культуры. При этом потенциал основ философского образования с учетом тенденций развития высшей школы, а также стоящих перед выпускниками задач, целесообразно применять шире. Изучение философии непосредственным образом связано с развитием коммуникативных компетенций слушателей курсов, которые постоянно находятся в режиме продуктивного диалога, поиска необходимых форм и средств самовыражения, обмена мнениями и восприятия суждений других обучающихся. В частности, в рамках курса философии, а также курса философии и методологии науки в образовательном процессе центральное место занимает процесс обсуждения, анализа и экспликации материала. В отличие от других дисциплин и спецкурсов современного университета, где широко задействованы формы индивидуальной лабораторной работы, расчетов, измерений и методов технического проектирования, освоение философских дисциплин в наибольшей степени связано с выявлением личного отношения обучающихся к ключевым мировоззренческим проблемам современности, которые отражают навыки слушателей курсов в вопросах поддержания толерантности и межкультурной терпимости, а также принятия взглядов и мнений представителей других культур. Данный эффект достигается за счет постоянной коммуникации преподавателя и слушателей, с одной стороны, а также, с другой стороны, благодаря взаимодействию обучающихся в университете молодых специалистов – выходцев из различных зарубежных стран между собой в рамках конкретных спланированных тем философского дискурса.

Следует отметить, что изучение курса философии предполагает освоение лучших образцов мирового интеллектуального и культурного наследия в области познания человека, окружающего мира, культуры, общества и государства, включающих в себя примеры высоких достижений наиболее известных представителей самых разных стран и культур. Данный факт чрезвычайно важен для укрепления межкультурного диалога, так как позволяет говорить об истинном мультикультурном характере современного научного знания, развивающегося благодаря вкладам всех без исключения национальных центров научных исследований. Приобщение к данным знаниям позволяет не только раскрыть созидательные ресурсы личности, но и заложить основы активного гуманистического типа мировоззрения, сочетающего в себе достижения различных национальных традиций,

объединенных в едином стремлении к выявлению потенциала человечности, провозглашению принципов взаимоуважения и стремления к добрососедству.

Основной вопрос философии – вопрос о смысле человеческого существования в контексте построения межкультурного диалога с представителями различных национальных групп выявляет свое принципиальное значение, позволяя сформулировать общие для всех наций и этносов императивы гармоничного сосуществования, базовых ценностей, универсальных моделей поведения, а также выработать стратегии совместной деятельности с целью решения глобальных проблем человечества. Тем самым философия в полной степени реализует возложенную на нее функцию междисциплинарного и межкультурного синтеза, что является необходимой предпосылкой для обеспечения эффективного процесса кросскультурной (межкультурной) коммуникации.

Следует указать, что словосочетание «межкультурная коммуникация» в современной науке часто используется наряду с такими близкими по значению понятиями как «кросскультурная» «межэтническая», «транскультурная коммуникация», либо с более обобщенным понятием «диалог культур». Их наличие говорит о многогранности исследований в области взаимодействия субъектов и моделей культур, существующих на сегодняшний день в мире, а также о разнообразии подходов в этой области, объединенных поиском адекватного и наиболее точного термина-дефиниции, выражающего смысл исследуемого явления. При этом ключевым для понимания сущности вопроса является сочетание двух важнейших элементов – культура и коммуникация, что, по мнению ученых, выражает важнейшую закономерность в существовании и эволюции культурных систем – интерес к другой культуре определяется потребностью человечества отыскать в иных культурных мирах зародыши стратегий выживания, выработать новый образ мира, способного обеспечить устойчивую самоидентификацию [4, с. 58]. Данный подход полностью согласуется с целями и задачами курса философии, позволяющими обеспечить взаимопроникновение культур в рамках перечня затрагиваемых программных вопросов и тем, выработать общее для всех участников межкультурного диалога понимание обновленного образа современного мира, способного устойчиво функционировать лишь при сохранении и поддержании культурного разнообразия. В результате кросскультурной коммуникации происходит более полное осознание человеком своей принадлежности к какой-либо группе, позволяющее ему в дальнейшем более открыто и осознанно определить свое место в глобализирующемся и противоречивом социокультурном пространстве, а также свободнее ориентироваться в окружающем мире. Тем самым акцентируется внимание на том, что индивид, способный выстраивать конструктивные взаимоотношения с представителями различных культурных групп на практике имеет больше шансов к успешной социальной адаптации и, как следствие, профессиональной и личностной самореализации в условиях современного социума, а также требований рынка труда, подталкивающих субъектов образования к максимальной степени гибкости, мобильности и публичности с точки зрения важности постоянного расширения сети деловых контактов, сфер влияния и интернационализации бизнеса.

Уточним, что отдельное внимание при формировании навыков межкультурной коммуникации в процессе обучения иностранных слушателей в рамках курсов философских и гуманитарных дисциплин следует сосредоточить на вопросах развития деловой инициативы, компетенций социального партнерства, толерантности, формирования адекватной и конструктивной гражданской позиции, развития

навыков лидерства, совершенствования конкретных аспектов коммуникативной культуры и ведения диалога, практического воплощения базовых ценностей современной профессиональной этики. Одним из важнейших аспектов реализации межкультурного диалога является общий для коммуникативных партнеров язык обучения. В связи с этим выраженной тенденцией развития высшего образования последних лет является реализация программ обучения в университетах на иностранном, в первую очередь, английском языке, выступающим общепризнанным языком международного общения. Для обеспечения качества образовательных услуг, предлагаемых иностранным слушателем на английском языке, авторским коллективом кафедры философии БГУИР еще в 2016 г. было подготовлено и издано первое в Республике Беларусь учебное пособие «Философия / Philisophy» с грифом Министерства образования Республики Беларусь [5]. В данном учебном пособии был обобщен многолетний опыт преподавания дисциплин кафедры на английском языке на первой и второй ступенях высшего образования для иностранных учащихся с учетом особенностей их межкультурной коммуникации. Указанное пособие все еще остается единственным учебником такого уровня по философии на английском языке, использующимся во многих белорусских университетах при обучении иностранных граждан базовому курсу философии, а также при подготовке иностранных магистрантов к сдаче экзаменов кандидатского минимума. При этом существует большая потребность в обновлении подобного рода учебных изданий, дополнении их содержания новыми темами, касающимися современной повестки дня. Также было бы востребовано внедрение и других видов учебных материалов для иностранных обучающихся, позволяющих шире использовать, например, цифровые технологии. В частности, в последнее десятилетие в белорусских университетах крайне обострилась проблема владения иностранными обучающимися английским языком в условиях обучения на англоязычных программах, имеет место тенденция тотального применения слушателями для минимальной ориентации в учебном процессе и повседневной жизни доступных программ-автопереводчиков на базе мобильных устройств, что делает процесс освоения английского языка, как иностранного, для данной категории студентов фактически невозможным. Данное обстоятельство является на сегодняшний день серьезнейшей по своему масштабу и глубине проблемой при обучении иностранных граждан в белорусских университетах на английском языке.

Подводя итоги, стоит подчеркнуть, что в рамках текущих программ интернационализации высшего образования уже предпринимаются шаги по повышению эффективности межкультурного взаимодействия при изучении философских курсов. Тем не менее, эффективность этих усилий нуждается в регулярной оценке и доработке методик преподавания, поскольку главная функция философии как фундаментальной дисциплины заключается в подготовке студентов к решению задач, выходящих за пределы их будущей профессиональной сферы. Охватить все аспекты этой проблемы в рамках одной статьи невозможно. В то же время критически важно отслеживать тенденции в области современных педагогических технологий и цифровых ресурсов, чтобы повысить качество подготовки иностранных студентов. Ключом к успеху является гибкая адаптация классического философского материала к запросам современного общества, которое отличается разнообразием мировоззренческих позиций, культурных ориентиров и широким доступом к информационным источникам.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Беларусь лидирует среди стран СНГ по соотношению численности студентов и населения [Электронный ресурс] / БЕЛТА - Новости Беларуси. – Минск, 2017. – Режим доступа: https://belta.by/society/view/belarus-lidiruet-sredi-stran-sng-po-sootnosheniju-chislennosti-studentov-i-naselenija-275812-2017/. – Дата доступа: 14.05.2026.

2. В 2025 году экспорт образовательных услуг достиг 115 миллионов долларов [Электронный ресурс] / SB.BY / Беларусь Сегодня. – Минск, 2026. – Режим доступа: https://www.sb.by/articles/v-2025-godu-eksport-obrazovatelnykh-uslug-dostig-115-millionov-dollarov.html. – Дата доступа: 14.05.2026.

3. Салаватова, А. М. Организация поликультурного образования в вузе / А. М. Салаватова // Вестник НВГУ. – 2019. – №4. – С. 43–50.

4. Гермиханова, П.А. Проектные характеристики поликультурной образовательной среды / П.А. Гермиханова, В.К. Игнатович, С.С. Игнатович // Педагогика: история, перспективы. – 2025. – №1. – С. 55–68.

5. Малыхина, Г.И. Философия / Philosophy: учеб. пособие / Г.И. Малыхина, В.В.Шепетюк, М.С. Рогачевская // Минск: РИВШ, 2016. – 284 с.

THE ROLE OF INTERCULTURAL INTERACTION IN TEACHING PHILOSOPHICAL DISCIPLINES IN THE CONTEXT OF MODERN HIGHER EDUCATION

V.V. Shapiatsiuk
Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics
Minsk, Republic of Belarus, shepetuk@mail.ru

The article examines specific aspects of intercultural communication in the context of studying philosophy and related social and humanities disciplines. It concludes that interethnic communication and understanding differences in worldviews and value systems play a key role in the study of philosophy.

Keywords: intercultural interaction; worldview; tolerance; mentality; globalization; internationalization of education.

УДК 811.133.1

LEXICAL-SEMANTIC ANALYSIS OF PHRASEOLOGICAL EXPRESSIONS REPRESENTING THE CONCEPT OF FAMILY IN MODERN FRENCH LANGUAGE

G.I. Maharramova
Nakhchivan State University
Nakhchivan, Azerbaijan

The article examines the lexical-semantic features of phraseological expressions representing the concept of family in the modern French language. The study analyzes the place of the concept of family in the national-cultural system of thought of the French people, its reflection in language units, and the semantic nuances formed through phraseological expressions. During the research, phraseological units reflecting family relations, kinship ties, intra-family behavior patterns, and social-moral values in the French language were identified.

Keywords: French language, family concept, phraseological expressions, lexical-semantic analysis, linguoculturology, conceptology, national-cultural characteristics

Phraseological expressions are language elements that occupy a distinctive place and position in the language system and stand out for their frequency of use, diversity of

meanings, and unique characteristics. Phraseological expressions, which were historically formed and gradually stabilized to constitute a special level within the language system, attract attention with their rich and diverse structural-semantic features and varied constructions in accordance with the pace of language development over time. These language units play a special role in the realization of the communication process and in the comprehensive expression of thought. As in other languages, phraseological expressions in the French language, being a historical category, gradually stabilized and acquired a fixed form over time, and in the modern period they have become language units distinguished by their stability, figurativeness, and expressiveness. "The most characteristic feature of these language units is their stable and invariable form, that is, their functioning in a fixed form as phraseological expressions" [1, p.8].

The word "family" is used in everyday language to describe many different groups. For example, "This is a family gathering." This means that only relatives may participate in that gathering. These may include uncles, aunts, brothers, sisters, and individuals who have joined the family through marriage. All of this shows us that the concept of "family" always involves relationships based on marriage or common ancestors. Every family is a small social system. Each family has its own cultural values and principles, its own structure, and its main functions. Every family goes through different stages of the life cycle.

The family itself consists of various nuclei. It is possible to classify these phraseological expressions according to the nucleus word.

1. Phraseological expressions with the nucleus words mother, woman, and wife: When discussing the concept of woman, the image of a mother first comes to mind. The concept of woman is fundamentally based on the notion of motherhood. Phraseological expressions in the French language reflect the mother as the most valuable and unique person. In French culture, the mother is a symbol of kindness, care, compassion, reliability, protection, and salvation. Let us consider some examples: *folle mère pour enfant* ("A mother mad for her child"). It refers to a mother who makes every sacrifice for her child; *tendresse maternelle toujours se renouvelle.* The translation of this French expression is "a mother's tenderness is always renewed." This phraseological expression emphasizes that a mother's love and compassion are endless and inexhaustible. A mother's love is constantly renewed, never decreases, and is always ready to protect and love her child. This demonstrates the extraordinary depth and continuity of maternal affection and care. *Quand l'enfant quitte la maison, il emporte la main de sa mère* ("When the child leaves home, he carries his mother's hand with him"). This expression emphasizes that although a child may physically separate from family members, emotional and spiritual bonds always continue. When a child leaves home, it shows that he or she will never completely lose the connection with the mother, nor the care and love given by her. This symbolizes, in a sense, the continuity of culture and family values. *La mère du muet en connaît le langage* ("A mother understands the language of her child"). This expression refers to the ability to understand things that are not visible or verbally expressed. Mothers are very skilled at understanding their children even without words and sensing their needs. This saying is connected with intuition, a special bond, and the deep sense of connection possessed by mothers.

The mother also plays an important role in the upbringing and education of children.

For example, *succer qch avec le lait de sa mère* ("To absorb something with one's mother's milk"); *La méthode pour éduquer ses enfants: le fils ne doit pas quitter son père, la fille ne doit pas quitter sa mère* ("The method of raising children is this: the son

should not separate from his father, and the daughter should not separate from her mother") [2, p.14].

The mother is also a mother-in-law. Interestingly, mother-in-law and daughter-in-law relationships also exist in France, and they are reflected in these phraseological expressions as well. For example, *L'amour est un sentiment que se partagent mal une belle-mère et une belle-fille* ("Love is a feeling that is difficult to share between a mother-in-law and a daughter-in-law"); *Avec l'arrivée d'une belle-mère le père devient un beau-père* ("With the arrival of a mother-in-law, the father becomes a father-in-law").

Concerning mother-daughter relations: *La fille veut apprendre à sa mère à faire des enfants* ("You cannot sell bread to a baker") [3, p.23]. This expression is a saying that emphasizes the difference in experience and knowledge. The idea of a daughter wanting to teach her mother how to raise children is considered ridiculous or unrealistic because the mother is already highly experienced in this matter. This saying is generally used to emphasize that elders guide younger people and to highlight the inexperience of youth.

In other words, this expression shows that when young and inexperienced people try to teach something to experienced and older individuals, it creates irony and reveals their lack of experience [4, p.133]; *Il faut amadouer la poule pour avoir les poussins* ("Look at the mother before choosing the daughter") [4, p.134], etc.

Phraseological expressions whose main nucleus is the phenomenon of woman-wife are also widely used in the French language: *Plus une femme regarde dans son miroir, moins elle regarde sa maison* ("An ugly woman cleans the house, a beautiful woman attends weddings"); *Qui épouse la femme (veuve) épouse les dettes* ("Who marries a widow also marries her debts"). This expression emphasizes the sharing of responsibility. Since a woman is a widow, the debts and financial problems of her previous husband are also accepted by the new husband. *Prendre maison forte et femme à faire* ("The house built by a good wife cannot be destroyed by God, but the house destroyed by a wife cannot be rebuilt even by God"); *Prends le premier avis d'une femme, non le second* ("One should listen to a woman's advice once in forty years") [5, p.200]. This expression means that accepting the first natural and honest opinion is more correct and sincere than thoughts that are later reconsidered or changed. In other words, it emphasizes that accepting the "first reaction" or the "initial opinion" is more genuine and accurate than overthinking or doubting it.

Sometimes phraseological expressions with the nucleus word woman carry negative semantics. For example, *Souvent femme varie, bien fol qui s'y fie* ("A woman's hair is long, but her mind is short"); *Qui entretiens femme et dé, mourra en pauvreté* ("He who plays with fire burns his hand; he who plays with a woman destroys his home"); *Ceux que veut une femme sont écrit dans le ciel* ("A woman's trick defeats a man"); *Epouser une femme riche c'est perdre sa liberté* ("A wife's wealth is like a donkey's horseshoe"). This expression is used in the sense that marrying a rich woman may sometimes affect personal freedom. A wealthy woman may change the life of the person she marries in terms of finances, social status, and expectations. These changes may result in the person becoming less free in making his own decisions.

In other words, this saying emphasizes that material wealth and a luxurious life create a different, and sometimes incompatible, balance with personal or emotional freedom. That is, the wealth gained through marriage may sometimes limit a person's opportunity to live his own life. This is a phraseological expression connected with unequal relationships or socially constructed expectations; *La poule ne doit pas chanter devant le coq* ("There can be no happiness in a house ruled by a woman") [6, p.19]. The literal meaning of the phraseological expression is that "a hen has no right to crow in

front of the rooster," and it refers to the traditional roles of men and women within society and the family. In other words, a woman should not engage in leadership or dominance, since this may contradict the "natural" role attributed to men.

This saying reflects the belief, characteristic of a certain period in society, that women should know their place while men should lead. It represents traditional ideas such as modesty, knowing one's place, and adhering to the role assigned to oneself.

2. Phraseological expressions related to the husband-wife concept: A certain part of phraseological expressions representing the concept of family in the modern French language consists precisely of phraseological units reflecting husband-wife relations. Phraseological expressions reflecting marital relations possess common characteristics with other languages both semantically and structurally. Phraseological expressions reflecting husband-wife relations include: *Qui se marie par amour a bonnes nuits et mauvais jours / Qui se marie par amourettes, a comme les nuits sont agitées, les jours sont difficiles à travailler.* Its Turkish equivalent is "Ər-arvad yatağa girincə dərdlər bitər." The French expression *Qui se marie par amour a bonnes nuits et mauvais jours / Qui se marie par amourettes, a comme les nuits sont agitées, les jours sont difficiles à travailler* is a phraseological expression indicating that those who marry for love may face certain difficulties and the burdens of everyday life. This phraseological unit also emphasizes that relationships born from love are sometimes accompanied by difficulties during the day and sleepless nights.

3. Phraseological expressions related to the concepts of father, husband, and man: As among all peoples, in French culture as well, the head of the family and the one who historically had the final word has been considered the father, the husband, or the man of the house. Phraseological expressions whose main nucleus is the phenomenon of the husband include: *Une femme veuve emporte toujours des problèmes avec elle. Le même proverbe est dit par une façon comme; Chien apporte puces, pain apporte souris, femme apporte tourments* ("There is no chimney without smoke, and no husband without trouble") [2, p.80]. These expressions are generally associated with the difficulties and misfortunes of life. Women are sometimes linked with amusing, disturbing, or difficult life experiences. Difficulties associated with women are usually perceived as anxiety and purposeless suffering; moreover, these sayings are used to represent hardships or the "negative side of life." In the figurative meaning of these sayings, each element is associated with problems or disturbances.

3. Phraseological expressions related to father-son relations: Tel père, tel fils ("Like father, like son"); *Jamais petit chat n'a porté rat à sa mère* ("A father gave his son a vineyard, but the son did not give his father even a bunch of grapes"), etc.

Phraseological expressions related to the concept of man occur less frequently in the language compared to those related to women. The French describe a man as strong, creative, and protective. For example: *Le mari crée la maison, la femme le foyer* [4, p.133]. ("The man builds the house, the woman creates the home.") This expression is a saying that emphasizes traditional gender roles in society. Here, "house" (*maison*) refers to the construction and physical structure of the home, as well as the labor and conditions provided by the man. "Home" (*foyer*), on the other hand, symbolizes the emotional and social center of the family, the woman's compassion, care, and her role in creating harmony within the family. This saying expresses that the man shapes the material aspect of the house, while the woman forms the emotional and social aspects of family life.

In French phraseological expressions, the father is presented as the leader of the family, and this understanding is confirmed by the predominance of expressions connected with the father in phraseology.

4. The child constitutes the core and main nucleus of the family. A family without children is considered incomplete. However, among the French, attitudes toward children also have a dual character. In many idioms, children are accused of ungratefulness. For example, *Les enfants sont des soucis certains et des réconforts incertains* ("If you have a child, you have worries"); *Attends le soir pour louer le beau jour, et la mort pour louer la vie* ("Do not say you have wheat until it enters the granary, and do not say you have a son until you fall into poverty"); *Garçon doit être mal vêtu, bien nourri, bien battu.* This proverb has a Turkish equivalent: ("What the child wears is forbidden, what he eats is lawful") [6, p.19]. The semantics of this phraseological expression is as follows: since a child grows very quickly, it is not appropriate to buy expensive clothes for him. Let us consider other examples: *Tous furent d'Eve et d'Adam* ("Everyone is a descendant of Adam and Eve"); *Marie ton fils quand tu voudras et ta fille quand tu pourras* ("Marry your daughter when you find the opportunity, and your son when your heart desires"); *Enfant nourri de vin, femme parlant latin, rarement font bonne fin* ("A good child makes the parents honorable, a bad child disgraces them"); *prends femme d'une condition au-dessous de la tienne et ne marie pas ta fille à un homme au-dessus de ton état* ("Take a wife from a lower status than yours, and do not marry your daughter to someone above your status"). This saying reflects a traditional view related to social classes and class differences. Choosing a spouse from a lower class and marrying one's daughter only to someone of equal status are associated with the principles of social compatibility and modesty in traditional societies. It is an approach that recommends preserving differences in social status, maintaining positions within the family, and stabilizing one's place in society.

Thus, phraseological expressions related to the concept of family, which are still intensively used in the modern French language and encountered both in colloquial speech and literary style, do not go beyond general regularities.

REFERENCES

1. Həsənov H. Müasir Azərbaycan dilinin leksikası./ H. Həsənov. – Bakı: Maarif, –1988. – 232 s.

2. Celleville V. Proverbes Danois / Vicomte de C., Fritz de Z./ V. Celleville, F. Zepelin, – Paris: Aux bureaux de la tradition.–1892.–23 p.

3. Ducourant B. Sentences Et Proverbes De La Sagesse Chinoise / B. Ducourant — Paris: Albin Michel. – 1995. URL: https://www.albin-michel.fr/sentences-et-proverbes-de-la-sagesse-chinoise-9782226077547

4. Korolik A. Les métaphores culturelles dans la phraséologie française //. A. Korolik. – 2014. – № 114(1), – p.131-136.

5. Mollier Jean-Yves Histoire de la Population francaise / J. Mollier, –Paris: –1988. P. 2. – p. 199-201

6. Porée-Ronginer M.D. Les Expressions idiomatiques / M.D. Porée-Ronginer.– Paris: Editions Rirst. – 2009. URL: https://www.amazon.com/Petit-livre-expressions-idiomatiques-French-ebook/dp/B00AW8CYY0

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ВЫРАЖЕНИЙ, РЕПРЕЗЕНТИРУЮЩИХ КОНЦЕПТ СЕМЬИ В СОВРЕМЕННОМ ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Г.И.Магеррамова

Нахчыванский государственный университет, Нахчыван, Азербайджан

В статье рассматриваются лексико-семантические особенности фразеологических выражений, репрезентирующих концепт семьи в современном французском языке. В исследовании анализируется место концепта семья в национально-культурной системе мышления французского народа, его отражение в языковых единицах и семантические нюансы, формируемые с помощью фразеологических выражений. В ходе исследования были выявлены фразеологизмы, отражающие семейные отношения, родственные связи, модели внутрисемейного поведения и социально-моральные ценности во французском языке.

Ключевые слова: французский язык, концепт семьи, фразеологические обороты, лексико-семантический анализ, лингвокультурология, концептология, национально-культурные особенности

Научное издание

СБОРНИК
научных статей
по материалам IV Международной научно-практической конференции
«ЯЗЫК И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: СОВРЕМЕННЫЕ ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ»

Часть I

Полесский государственный университет,
г. Пинск, Республика Беларусь,
(май, 2026 г.)

За содержание и достоверность информации
в материалах сборника отвечают авторы

Формат 60×84/16 Гарнитура Times
Усл. печ. л. 89,2. Уч.–изд.л. 38.

Учреждение образования
«Полесский государственный университет»
225710, г. Пинск, ул. Днепровской флотилии, 23