



НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ  
**Л**ИНГВОРИТОРИЧЕСКАЯ  
**П**АРАДИГМА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ  
И ПРИКЛАДНЫЕ  
АСПЕКТЫ

---

2020. №25-1



ISSN 2307-6364

Учредитель, издатель:  
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»

ЛИНГВОРИТОРИЧЕСКАЯ ПАРАДИГМА:  
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ. 2020. № 25-1  
Научный журнал

*Номер журнала включает материалы мероприятий, реализованных при грантовой поддержке  
фонда «Русский мир»*

Редакционная коллегия:

А.А. Ворожбитова (г. Сочи,  
Россия), гл. редактор – д-р филол.  
наук, д-р пед. наук, профессор

Анна В. Кузнецова (г. Ростов-на-Дону,  
Россия), зам. гл. редактора –  
д-р филол. наук, профессор

О.А. Бурукина (г. Москва, Россия; г. Вааса,  
Финляндия), канд. филол. наук, доцент

С.И. Потапенко (г. Киев,  
Украина), д-р филол. наук,  
профессор

В.И. Супрун (г. Волгоград, Россия),  
д-р филол. наук, профессор

А.Л. Факторович (г. Краснодар,  
Россия), д-р филол. наук, профессор

Редакционный совет:

В.И. Аннушкин (г. Москва, Россия)

Л.А. Араева (г. Кемерово, Россия)

С.К. Башиева (г. Нальчик, Россия)

О.Н. Иванищева (г. Мурманск, Россия)

Г.И. Исина (г. Караганда, Казахстан)

В.И. Карасик (г. Волгоград, Россия)

Э.Р. Лассан (г. Вильнюс, Литва)

И. Лукс (г. Карлсруэ, Германия)

Й. Митурска-Бояновска (г. Щецин,  
Польша)

Г.Г. Почепцов (г. Киев, Украина)

Ю.Е. Прохоров (г. Москва, Россия)

Г.М. Романова (г. Сочи, Россия)

И.А. Стернин (г. Воронеж, Россия)

О.В. Тимашева (г. Москва, Россия)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных техно-  
логий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-58131 от 20 мая 2014 г.  
Информационная продукция для детей старше 16 лет.

Журнал включен в базу Научной электронной библиотеки elibrary (Российский индекс научного ци-  
тирования): [http://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=37965](http://elibrary.ru/title_about.asp?id=37965)

Адрес учредителя, издателя:  
354000, г. Сочи, ул. Пластунская, 94  
Адрес редакции, типографии:  
354000, г. Сочи, ул. Пластунская, 94  
Тел.: +7-918-305-44-87  
E-mail: [alvorozhbitova@mail.ru](mailto:alvorozhbitova@mail.ru)  
Сайт журнала: <http://лингвориторияка.рф>

Подписано в печать 30.11.2020 г.  
Формат 21 x 29,7/4  
Уч.-изд. л. 29,7. Усл. печ. л. 28,8.  
Тираж 500 экз. Заказ № 183

Редактор  
А.А. Ворожбитова

Выходит с 2002 г.  
Периодичность – 1 раз в год  
Свободная цена

Редактор-переводчик С.И. Потапенко  
Технический редактор  
В.В. Чернышова

ISSN 2307-6364

© ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», 2020

**Founder, publisher: Federal Budget Educational Institution  
of Higher Education “Sochi State University”, Russia**

LINGUISTIC & RHETORICAL PARADIGM:  
THEORETICAL AND APPLIED ASPECTS. 2020. № 25-1  
Scientific journal

*The journal issue includes materials of events supported by “Russkiy Mir Foundation” grants*

Editorial Board:

A.A. Vorozhbitova (Sochi,  
Russia), Ch. Editor – Dr. of Philology,  
Dr. of Pedagogics, Professor

Anna V. Kuznetsova (Rostov-on-Don, Russia),  
Deputy Editor –  
Dr. of Philology, Professor

O.A. Burukina (Moscow, Russia; Vaasa,  
Finland), Candidate of Philology,  
Associate Professor

S.I. Potapenko (Kyiv, Ukraine),  
Dr. of Philology, Professor

V.I. Suprun (Volgograd, Russia),  
Dr. of Philology, Professor

A.L. Faktorovich (Krasnodar, Russia),  
Dr. of Philology, Professor

Editorial Council:

V.I. Annushkin (Moscow, Russia)

L.A. Arayeva (Kemerovo, Russia)

S.K. Bashiyeva (Nalchik, Russia)

O.N. Ivanisheva (Murmansk, Russia)

G.I. Issina (Karaganda, Kazakhstan)

V.I. Karasik (Volgograd, Russia)

E.R. Lissan (Vilnius, Lithuania)

I. Lux (Karlsruhe, Germany)

J. Miturska-Boyanovska (Szczecin, Poland)

G.G. Pocheptsov (Kiev, Ukraine)

Y.E. Prokhorov (Moscow, Russia)

G.M. Romanova (Sochi, Russia)

I.A. Sternin (Voronezh, Russia)

O.V. Timasheva (Moscow, Russia)

The Journal is registered by the Federal Service for Supervision in the Sphere of Communications, Information Technologies and Mass Communications (Roskomnadzor).

Certificate of registration of mass media PI № ФС77-58131 of May 20, 2014.

Information product for children over the age of 16.

The Journal is included in the Scientific Electronic Library (Russian Science Citation Index):  
[http://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=37965](http://elibrary.ru/title_about.asp?id=37965)

Address of the founder, publisher:  
354000, Sochi, Plastunskaya Str., 94  
Address of the editorial office, of the printing  
house:  
354000, Sochi, Plastunskaya Str., 94  
Tel.: +7-918-305-44-87  
E-mail: [alvorozhbitova@mail.ru](mailto:alvorozhbitova@mail.ru)  
Journal site: <http://лингвориторика.рф>

Signed into print 30.11.2020.  
Format 21 x 29,7 / 4  
Publish. print sheets 29,7. Print sheets 28,8.  
500 copies. Order № 183

Editor A.A. Vorozhbitova

Translation Editor S.I. Potapenko

Technical Editor V.V. Chernyshova

Published since 2002  
Frequency – one issue per year  
Free of charge

ISSN 2307-6364

© Federal State Budget Educational Institution of Higher Education «Sochi State University», 2020

Фонд «Русский мир»  
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»

СОДЕРЖАНИЕ<sup>1</sup>

**Раздел I. Теория и методология лингвориторической парадигмы**

Бережная Т.М. (г. Москва). Современная американская риторика: направления, основные понятия и категории .....	7
Бурукина О.А. (г. Москва; г. Вааса, Финляндия). Структурная деформация общественных ценностей как основы русской культуры и менталитета .....	11
Ворожбитова А.А. (г. Сочи). Лингвориторическая парадигма как исследовательская призма: из 9-мерности в 16-мерность и 32-мерность .....	20
Гаврилова Т.И. (г. Курск). Семиотический аспект изучения и описания обрядов семейного цикла.....	26
Есенова Т.С., Есенова Г.Б. (г. Элиста, Республика Калмыкия). Лингвориторический портрет национальной политической элиты .....	30
Ионесов В.И. (г. Самара). О языковом символизме и этимологических проекциях культуры .....	34
Ладыженская Н.В. (г. Москва). Реализация связи понятий, идей, действий при создании ментальных карт в курсе «Основы сетевого педагогического общения» в контексте теории коннективизма.....	38
Маслов Ю.В. (г. Минск, Республика Беларусь). Игра дискурсов: Терминолог против Терминатора .....	41
Отургашева Н.В. (г. Новосибирск). Идеальный оратор как лингвориторический конструкт: между теорией и практикой .....	45
Полякова О.В. (г. Ростов-на-Дону). Методы и подходы к преподаванию русского языка как иностранного (на примере Финляндии).....	48
Сенкевич В.И. (г. Седльце, Польша). Homo Loquens и вербальная этология .....	51
Юе С. (г. Далянь, Китайская Народная Республика). 12 лет развития политической лингвистики в России (2006–2017 гг.): итоги и перспективы .....	57

**Раздел II. Антропоцентрические аспекты лингвориторической парадигмы**

Ананьева С.В. (г. Алматы, Республика Казахстан). Языковая личность поликультурного типа в современном Казахстане.....	60
Арискина О.Л. (г. Саранск, Мордовия). К истории изучения языковой личности филолога: Аполлос .....	63
Батишева В.Н. (г. Самара). Письмо как исторический документ и область переживания: об одном послании Арама Хачатуряна .....	66
Городнёва М.С. (г. Саратов). Катафатическое богословие как смысловое схватывание духовных дефиниций в языковой практике священнослужителя .....	69
Качесова И.Ю., Лебедева Е.В. (г. Барнаул). Речевые стратегии как инструмент моделирования языковой личности: риторический аспект.....	72
Козлова Е.А. (г. Киров). Лингвокреативность как маркер риторики успеха (на примере публичного делового дискурса) .....	77
Куренова Д.Г. (г. Краснодар). Лингвориторические и лингвосемиотические характеристики языковой личности рекламиста в дискурсивной сфере туристических услуг.....	80
Кушникова Л.В., Назмугдинова С.С. (г. Пермь). Аксиологический потенциал языковой личности переводчика в свете лингвориторической парадигмы .....	86
Линник Л.А., Фаршатов Р.С. (г. Уфа, Республика Башкортостан). Особенности формирования вторичной языковой личности у иностранных обучающихся медицинского вуза.....	91
Нургалиева С.А., Асавбаева Г.Б., Сагитжанова З.Т., Байбатанова Ф.И. (г. Агры, Турция; г. Усть-Каменогорск, Республика Казахстан). Актуальные ориентиры развития поликультурного образования в Казахстане .....	94
Рылова Е.В. (г. Барнаул). Психолингвистические особенности индийского билингвизма .....	97
Сидорова Т.А., Корниенко Е.Р. (г. Архангельск). Н.И. Новиков как профессиональная дискурсивная личность журналиста.....	101
Скоропадская А.А. (г. Петрозаводск). Греко-латинский аспект языковой личности Ф. М. Достоевского .	107
Трубникова Ю.В., Доронина С.В. (г. Барнаул). Проблемы формирования навыков владения деловой речью в аспекте развития профессиональной языковой личности .....	110
Чжоу Д. (г. Пекин, Китайская Народная Республика). Изучение теории языковой личности в Китае: состояние и перспективы .....	113
Чиркова Н.В. (г. Самара). Имя как меморативный сюжет и персонифицированное событие культуры ....	117

<sup>1</sup> В выпуск журнала включены материалы исследований в рамках комплексного филологического проекта «Профессиональная языковая личность: II Международный форум русистов в Сочинском государственном университете», реализованного в 2020–2021 гг. при грантовой поддержке фонда «Русский мир».

**Раздел III. Языковые аспекты лингвориторической парадигмы**

Залипаева Ж.П. (г. Брянск). Стратегии идентификации темпоральных идиом в индивидуальном лексиконе билингва .....	120
Каверина В.В. (г. Москва). Буквы дореформенной графики в различных институциональных видах дискурса трех последних десятилетий.....	126
Каландарова Г.Н. (г. Нукус, Республика Узбекистан). Стилистическая функция каракалпакизмов в русскоязычных текстах.....	131
Калинин С.С. (г. Кемерово). Значение общей теории языковых моделей для создания классификации контактных идиомов.....	134
Нурадинова Н.Ж. (г. Актобе, Республика Казахстан). Ключевые понятия картины мира русского, казахского и английского этносов.....	138
Сегал Н.А. (г. Симферополь, Республика Крым). Ассоциативно-прагматический потенциал библеизмов-зоонимов при объективации медийного образа Крыма .....	141
Струкова Т.Г. (г. Воронеж). «Руглишь! А поговорить? (о внедрении транслитерации в русскую речь)»..	145
Усанова О.Г. (г. Челябинск). Русский язык как концептуально-семиотическая система в контексте мировой и национальной культуры.....	148
Чечина О.Н. (г. Самара). Слова как знаки: хромосемантика .....	151

**Раздел IV. Коммуникативные аспекты лингвориторической парадигмы**

Емельянова Е.В. (г. Актобе, Республика Казахстан). Национально-культурный компонент межъязыковой коммуникации.....	156
Ерещенко М.В. (г. Ростов-на-Дону). Лингвистическая прагматика коммуникативного взаимодействия: актуальные проблемы и сферы исследования .....	160
Заварзина Г. А. (г. Воронеж). К вопросу о специфике дискурса нового государственного управления.....	164
Карташёва А.Н., Кенжегалиева С.К. (г. Атырау, Республика Казахстан). Специфика лингвоконтактологии в Атырауской области Республики Казахстан .....	167
Китанина Э.А., Труханова Д.С. (г. Москва). Когнитивная направленность научной коммуникации в сфере образования .....	171
Ли Цзиньсян (г. Чанша, Китайская Народная Республика). Приветствие как элемент речевого этикета в межкультурной коммуникации на китайском и русском языках .....	175
Линник Л.А. (г. Уфа, Республика Башкортостан). Медицинский дискурс: образы автора и адресата.....	179
Маюк Е.П., Федюк О.В. (Минск, Республика Беларусь). Коммуникативные стратегии аргументации в статьях экологической тематики .....	182
Мозговой В.И. (г. Донецк). Цель и форма диалога в условиях кризисного взаимодействия языковых и прагматических культур многоязычной общности .....	186
Ульяновская Е.В. (г. Калининград). Деловые игры на примере обучения государственных и муниципальных служащих в Западном филиале Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации .....	189
Шамлиди Е.Ю. (г. Пятигорск). Некоторые аспекты формирования компетенций устного переводчика как посредника в процессе межкультурной коммуникации (англо-русская переводческая комбинация) .....	192
Шевченко О.Н., Узенцова Е.А. (г. Ростов-на-Дону). Речевой поступок как средство взаимодействия с партнерами в различных коммуникативных ситуациях.....	200

**Раздел V. Современный медиадискурс в контексте лингвориторической парадигмы**

Аржанова К.А. (г. Москва). Роль речевой коммуникации в формировании имиджа специалиста по рекламе и связям с общественностью.....	205
Бертякова А.Н. (г. Москва). Релятивная единица как маркер новой референции имени в медиадискурсе	210
Бугаева И.В. (г. Москва). Травелог как продающий текст: формирование коммуникативной компетентности бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» .....	214
Бурукина О.А. (г. Москва; г. Вааса, Финляндия). Дивергенция общественных ценностей в аксиосфере современных российских медиа.....	217
Бурукина О.А. (г. Москва; г. Вааса, Финляндия). Социально-экономическая стратификация и дифференциация общества в российском медиадискурсе .....	225
Дмитриева Ю.Л. (г. Горловка). Средства экспликации образа горловчанина в текстах локальных СМИ. 233	
Матвеева Г.Г., Мясичев Г.И. (г. Ростов-на-Дону). Прагмалингвистические исследования речевого портрета общественных деятелей в блогосфере.....	236
Стародубова О.Ю. (г. Москва). Интерпретация медийного дискурса как фактор успешной межкультурной коммуникации и необходимое условие формирования профессиональной языковой личности в контексте глобализации.....	240
Ширина Е.В., Мясичев Г.И. (г. Ростов-на-Дону). Прагмалингвистический аспект изучения речевого поведения медиалица в публичном пространстве сети Интернет.....	244

*"Russkiy Mir" Foundation*  
*Federal State Budget Educational Institution of Higher Learning "Sochi State University"*

**CONTENTS<sup>1</sup>**

**Part One. Theory and Methodology of Linguistic & Rhetorical Paradigm**

Berezhnaya T.M. (Moscow). Modern American rhetoric: Main directions, concepts and categories .....	7
Burukina O.A. (Moscow; Vaasa, Finland). Structural deformation of public values as fundamentals of Russian culture and mentality .....	11
Vorozhbitova A.A. (Sochi). Linguistic & rhetorical paradigm as a research prism: From 9-dimensionality into 16-dimensionality and 32-dimensionality .....	20
Gavrilova T.I. (Kursk). Semiotic aspect of the study and description of family-cycle rites .....	26
Esenova T.S., Esenova G.B. (Elista, Republic of Kalmykia). Linguistic rhetorical portrait of the national political elite .....	30
Ionesov V.I. (Samara). Linguistic symbolism and etymological projections of culture .....	34
Ladyzhenskaya N.V. (Moscow). Connecting concepts, ideas, actions while creating mental maps within the course "Fundamentals of network pedagogical communication" in the context of connectivism theory.....	38
Maslov Y.V. (Minsk, Republic of Belarus). The game of discourses: Terminologist against Terminator.....	41
Oturgasheva N.V. (Novosibirsk). Ideal speaker as a linguistic rhetorical construct: Between theory and practice.	45
Polyakova O.V. (Rostov-On-Don). Methods and approaches to teaching Russian as a foreign language (a case of Finland).....	48
Siankevich V.I. (Siedlce, Poland). Homo Loquens and verbal ethology .....	51
Yue X. (Dalian, People's Republic of China). 12 years of political linguistics development in Russia (2006–2017): Summary and prospects .....	57

**Part Two. Anthropocentric Aspects of Linguistic & Rhetorical Paradigm**

Ananyeva S.V. (Almaty, Republic of Kazakhstan). Multicultural linguistic personality in contemporary Kazakhstan.....	60
Ariskina O.L. (Saransk, Republic of Mordovia). Apollos: History of research into a philologist's linguistic personality .....	63
Batishcheva V.N. (Samara). The letter as a historical document and an object of feelings: A case of Aram Khachaturian's message .....	66
Gorodneva M.S. (Saratov). Cataphatic theology as a semantic grasp of spiritual definitions in a clergyman's linguistic practice.....	69
Kachesova I.Yu., Lebedeva E.V. (Barnaul). Speech strategies as a tool for modeling a linguistic personality: A rhetorical aspect .....	72
Kozlova E.A. (Kirov). Linguistic creativity as a marker of the rhetoric of success (a case of public business discourse) .....	77
Kurenova D.G. (Krasnodar). Linguistic rhetorical and semiolinguistic characteristics of the advertiser's linguistic personality in the discourse of tourist services.....	80
Kushnina L.V., Nazmutdinova S.S. (Perm). Axiological potential of translator's linguistic personality from the perspective of linguistic & rhetorical paradigm.....	86
Linnik L.A., Farshatov R.S. (Ufa, Republic of Bashkortostan). Forming a secondary linguistic personality of foreign students of a Medical University.....	91
Nurgalijeva S.A., Assavbayeva G.B., Sagitzhanova Z.T., Baibatanova F.I. (Agri, Republic of Turkey; Ust-Kamenogorsk, Republic of Kazakhstan). Topical guidelines for the development of multicultural education in Kazakhstan.....	94
Rylova E.V. (Barnaul). Psycholinguistic particularities of Indian bilingualism .....	97
Sidorova T.A., Kornienko E.R. (Arkhangelsk). N.I. Novikov as a professional discursive personality of a journalist .....	101
Skoropadskaya A.A. (Petrozavodsk). Greco-Latin aspect of F. M. Dostoevsky's linguistic personality .....	107
Trubnikova Yu.V., Doronina S.V. (Barnaul). Problems of forming business speech skills in the context of developing a professional linguistic personality.....	110
Zhou D. (Beijing, People's Republic of China). Theory of linguistic personality in China: Present situation and prospects .....	113
Chirkova N.V. (Samara). The name as a memorized plot and personified cultural event .....	117

<sup>1</sup> This issue of the journal includes materials of research performed within the framework of the comprehensive philological project **"Professional linguistic personality: II International Forum of Russian scholars at Sochi State University"**, implemented 2020–2021 with grant support from the "Russkiy Mir Foundation".

**Part Three. Language Aspects of Linguistic & Rhetorical Paradigm**

Zalipaeva Zh.P. (Bryansk). Strategies of identifying temporal idioms in a bilingual's individual vocabulary.....	120
Kaverina V.V. (Moscow). Letters of pre-reform graphics in various institutional discourses of the last three decades.....	126
Kalendarova G.N. (Nukus, Republic of Uzbekistan). Stylistic function of karakalpakisms in Russian-language texts.....	131
Kalinin S.S. (Kemerovo). Importance of the general theory of language models for classifying contact idioms..	134
Nuradinova N.Zh. (Aktobe, Republic of Kazakhstan). Key concepts of Russian, Kazakh and English ethnic groups' worldviews.....	138
Segal N.A. (Simferopol, Republic of Crimea). Associative pragmatic potential of biblical zoonyms in objectifying Crimea's media image .....	141
Strukova T.G. (Voronezh). "Ruglish! Have a talk?" (on implanting transliteration into Russian speech) .....	145
Usanova O.G. (Chelyabinsk). Russian language as a semioconceptual system in the context of world and national culture .....	148
Chechina O.N. (Samara). Words as signs: Chromosemantics .....	151

**Part Four. Communicative Aspects of Linguistic & Rhetorical Paradigm**

Emelyanova E.V. (Aktobe, Republic of Kazakhstan). National cultural component of interlanguage communication.....	156
Ereshchenko M.V. (Rostov-on-Don). Linguistic pragmatics of communicative interaction: Topical problems and areas of research .....	160
Zavarzina G.A. (Voronezh). Specifics of discourse of new public administration.....	164
Kartashyova A.N., Kenzhegalieva S.K. (Atyrau, Republic of Kazakhstan). Specific features of linguistic contactology in the Atyrau region of the Republic of Kazakhstan.....	167
Kitanina E.A., Trukhanova S.D. (Moscow). Cognitive focus of scientific communication in education sphere.....	171
Li Jinxiang (Changsha, China). Greeting as an element of speech etiquette in cross-cultural communication in Chinese and Russian languages .....	175
Linnik L.A. (Ufa, Republic of Bashkortostan). Medical discourse: Images of the author and the recipient .....	179
Maiuc E.P., Fedyuk O.V. (Minsk, Republic of Belarus). Communicative strategies of argumentation in articles on ecology.....	182
Mozgovoi V.I. (Donetsk). Purpose and form of the dialogue in the context of the crisis interaction of linguistic and proprial cultures of the multilingual community.....	186
Ulyanovskaya E.V. (Kaliningrad). Business games: A case of training state and municipal employees in the Western Branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation.....	189
Shamlidi E.Y. (Pyatigorsk). Aspects of developing competences of an interpreter as a mediator in cross-cultural communication (English – Russian translation issue).....	192
Shevchenko O.N., Uzentsova E.A. (Rostov-on-Don). Speech act as a means of interaction with partners in various communicative situations .....	200

**Part Five. Modern Media Discourse in the Context of Linguistic & Rhetorical Paradigm**

Arzhanova K. (Moscow). Role of speech communication in shaping an image of an advertising and public relations specialist.....	205
Bertyakova A.N. (Moscow). Relational unit as a marker of a new name reference in media discourse.....	210
Bugaeva I.V. (Moscow). Travelogue as a selling text: Formation of the communicative competence of bachelor students in the "Advertising and Public Relations" field .....	214
Burukina O.A. (Moscow; Vaasa, Finland). Divergence of public values in the axiosphere of modern Russian media .....	217
Burukina O.A. (Moscow; Vaasa, Finland). Socioeconomic stratification and differentiation of society in the Russian media discourse .....	225
Dmitrieva J.L. (Gorlovka). Means of verbalizing the image of the Gorlovka citizen in the local mass media .....	233
Matveeva G.G., Myasishchev G.I. (Rostov-on-Don). Pragmalinguistic studies of public figures' speech portraits in blogosphere.....	236
Starodubova O.Y. (Moscow). Media discourse interpretation as a factor of successful intercultural communication and a condition for the formation of a professional linguistic personality in the context of globalization .....	240
Shirina E.V., Myasishchev G.I. (Rostov-on-Don). Pragmalinguistic aspect of studying speech behavior of a media person in the public space of the Internet.....	244

Раздел I. Теория и методология лингвориторической парадигмы

Part 1. Theory and Methodology of Linguistic & Rhetorical Paradigm

Современная американская риторика: направления, основные понятия и категории

Бережная Татьяна Михайловна

Московский государственный лингвистический университет, Россия  
119034, г. Москва, ул. Остоженка, 38  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: tatjana339@mail.ru

**Аннотация.** Статья посвящена некоторым аспектам современного состояния риторики в США – традиционного для Америки направления исследований в области речевой прагматики, а именно теории и практики оратории. Анализируются связи современной американской риторики с такими дисциплинами, как коммуникология и коммуникативистика, журналистика, теория рекламы и др. Ядром риторики остаются вопросы эффективности убеждающего воздействия в процессе речевой коммуникации во всех ее видах и формах.

**Ключевые слова:** неориторика, риторическая коммуникация, риторическое воздействие, риторический символ, риторический жест, риторическая критика.

УДК 808.5:73

Modern American rhetoric: Main directions, concepts and categories

Tatiana M. Berezhnaya

Moscow State Linguistic University, Russia  
119034 Moscow, Ostozhenka Str., 38  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: tatjana339@mail.ru

**Abstract.** The article discusses the contemporary state of rhetoric in the USA, a traditional American direction of research in the field of linguistic pragmatics – namely the theory and practice of rhetoric. The author analyzes the links of the “new American rhetoric” with communication studies, social psychology, journalism, advertising theory, etc. She also stresses that the core problems of main directions of modern American rhetoric are connected with effective persuasive influence in different types and forms of speech communication.

**Keywords:** new rhetoric, rhetorical communication, rhetorical influence, rhetorical symbol, rhetorical gesture, rhetorical criticism.

UDC 808.5:73

**Введение.** В течение длительного времени риторика, восходящая корнями к античной теории красноречия, была в США, по существу, единственной дисциплиной, рассматривающей проблемы массового убеждения. Ее основным объектом служила ораторская (публичная) речь – до определенного момента ведущая форма речевого воздействия на массовую аудиторию. Ориентация исключительно на проблемы ораторской речи наблюдалась в американской риторике достаточно долго. Однако в конце XIX – начале XX вв. риторика постепенно расширяет границы своего объекта, захватывая достаточно обширную область, связанную с проблемами качества различных видов литературного текста, и превращается в нормативную филологическую дисциплину, вокруг которой строится обучение родному языку в американских школах. В настоящее время риторика является одной из базовых теоретических, а также учебных дисциплин, преподаваемых в системе среднего и высшего образования США.

**Материалы и методы.** Материалом послужили американские источники (монографии, статьи, периодические издания), содержащие сведения и теоретические разработки по вопросам риторики – дисциплины, связанной с проблемами создания текстов, предназначенных для эффективного убеждающего воздействия на массовую аудиторию. Методы исследования: системный анализ, типологизация категорий и понятий, составляющих основу некоторых направлений современной американской риторики, сопоставление концептуальных и методологических подходов риторики и коммуникологии, а также теории и практики пропаганды в США.

**Обсуждение.** Изменения в жизни общества отразились на состоянии американской науки о языке, а следовательно, и риторики. В начале XX столетия в ней возникает целый ряд новых направлений, связанных с коммуникологией, сфокусированной на изучении таких видов деятельности, как реклама, журналистика, позднее – маркетинг, имиджмейкинг и др. Одним из таких направлений в риторике, начало которому было положено еще в 1930-е годы, стала т.н. теория «риторической коммуникации», автором которой выступил социолог, философ и литературовед Кеннет Бёрк [Burk 1966], разработавший в своих фундаментальных трудах некоторые новые аспекты риторической теории. Попытка К. Бёрка соединить в рамках единой теории с опорой на современные психологические, социопсихологические и лингвистические концепции все звенья



современной массовой коммуникации, включая и традиционный объект риторики – публичную (ораторскую) речь, оказалась весьма успешной. Имя и труды этого автора стали популярными. Ссылки на него встречаются во многих работах и сегодня. Именно труды К. Бёрка, с точки зрения многих американских исследователей, легли в основу новейшей американской риторики, получившей позднее название «неориторики». Основными понятиями неориторики являются понятия «риторической коммуникации», обозначающее любой вид воздействующей речи, и «риторического символа» – знака, за которым стоит отношение, сумма впечатлений, соединенных с ним в нашем сознании, т.е. слов или словосочетаний, способных оказывать определенного рода воздействие на сознание слушателей. Новейшую риторику в первую очередь интересуют те из них, употребление которых связано с задачей целенаправленного, по сути, суггестивного воздействия, т.е. семантически нагруженные слова – «символы», вызывающие у слушателей различного рода переживания и чувства: патриотизма, страха, ненависти, тревоги, удовлетворения, (например, такие слова, как «свобода», «прогресс» и т.п.). Такие символы, отобранные на основе определенной стратегии коммуникатора, получают в риторике наименование «символов-конденсатов». Помимо языковых знаков, «риторическими символами» являются любые элементы поведения коммуникатора, если они демонстрируются аудитории с целью влияния на ее установки, отношения, взгляды (например, широко известный прием «целования детей» в ходе избирательных кампаний).

«Риторическим символом» может стать временный отказ от выступлений и публичных высказываний политиков – так называемое «риторическое молчание». По существу, теория «риторической коммуникации» и соответствующая практика, представленная таким образом, становится мало отличимой от теории и практики пропаганды – заранее спланированного психологического воздействия на аудиторию с помощью определенных структур и символов, имеющего своей целью влияние на человеческое восприятие и поведение. Линию «размежевания» между риторической коммуникацией и пропагандой представители первой, и сам К. Бёрк в их числе, видят в представлениях об этической норме и, в целом, в этике риторической коммуникации. Критерием соответствия риторического приема этической норме, т.е. допустимости его в коммуникации, представляется «намерение» коммуникатора, оправдывающее прием, если конечным результатом риторических действий является «общественное благо», как оно понимается оратором.

Одним из ведущих направлений неориторики является направление т.н. «риторического анализа, или «риторической критики» (rhetorical criticism), в сферу которого попадают наиболее значительные для общества акты «риторического воздействия», влияющие на настроения, отношения и поведение больших групп людей в конкретных политических ситуациях. Схема риторического анализа включает:

- определение конкретной прагматической цели «риторического акта»;
- оценку адекватности «риторической стратегии» – отобранных для ее реализации «риторических символов» (ключевых слов, ссылок на авторитеты и т.д., включая «риторические жесты» – невербальные элементы поведения коммуникатора);
- оценку степени эффективности «риторического акта» – т.е. соответствие предполагаемой и полученной реакции.

Именно такая схема представлена в трудах К. Бёрка, определявшего события реальной политической и общественной жизни, связанные с «риторическим воздействием» как «социодраму» (sociodrama). Риторический анализ, как и анализ литературоведческий, основан на выделении пяти основных параметров, а именно:

- описание «действия», направленного на реализацию замысла (act);
- анализ ситуации, на фоне которой происходит «действие» (scene);
- характеристика источника коммуникации (agent);
- описание способа коммуникации (вербальный/невербальный), их сочетание и взаимодополняемость в «риторическом акте» (agency);
- анализ коммуникативной задачи, решаемой на основе определенной «стратегии» (purpose).

«Риторический анализ» любого события, связанного с воздействием на массовую аудиторию, дает, по мнению представителей данной школы, универсальный ключ к пониманию события, позволяет оценить степень адекватности и допустимости использованных средств («риторических символов») и служит универсальным способом контроля политиков и средств массовой информации. Таким образом, «критику», т.е. специалисту в области новейшей риторики, отводится важная роль в обществе: именно он является тем лицом, которое вскрывает «злоупотребления» в массовых коммуникациях, помогает отделить «пропаганду» от «риторического воздействия» и тем самым предотвращает негативные для общества последствия явных «злоупотреблений», предпринимаемых отдельными лицами и органами, включая президента. Риторическому анализу подвергаются не только удачные выступления, но и поражения тех или иных «агентов» или недочеты отдельных «риторических актов». Так, анализируя речи и выступления кандидатов в президенты, а также действующих президентов, теоретики указывают на целый ряд риторических ошибок и просчетов: недостаточно точный выбор «символов», ошибки в реализации некоторых приёмов, умение или неумение оценить последствия и общественный резонанс тех или иных выступлений и действий и т.д. [Bennett, Harris etc. 1974]. Таким образом, «неориторика», достаточно далеко ушедшая в XX веке от классической теории ораторской речи, становится, по сути, одним из действующих инструментов практики управления массовым сознанием.

Как «новейшая», так и традиционная американская риторика, сфокусированная на проблемах ораторской речи, опирается сегодня на целый ряд появившихся в XX веке психологических и социопсихологических теорий и понятий. Так, с середины прошлого века главным вектором развития традиционной риторики как теории и практики убеждающей речи становится ориентация на усиление эмоционального воздействия. «Искусство риторики – есть искусство управления человеческими чувствами» – отмечается в одном из авторитетных пособий по риторике [Rhetoric: Theories for Applications 1967: 19]. «...Работая над убеждающей речью, мы долж-

ны стремиться, в первую очередь, к эмоциональному воздействию, ибо только такая речь даст нам реальный результат. Нельзя заставить слушателей поверить в то, к чему не сформировано определенное эмоциональное отношение» [Bonne 1982: 200]. Поэтому опора на психологию, овладение приемами управления человеческими эмоциями, наряду со знанием основ социальной психологии, объясняющей характер группового поведения, помогает оратору выбрать эффективную методику воздействия на конкретную аудиторию в виде использования стереотипов, иллюстративного материала, определенного характера аргументации и т.д.

Важнейшим принципом, который должен лежать в основе выбора оратором стратегии соответствующего набора языковых средств, является принцип «идентификации» – стремление создать впечатление общности взглядов, интересов и устремлений, определенного «психологического созвучия» между собой и аудиторией. Этим принципом мы пользуемся в реальных ситуациях взаимодействия, когда оцениваем внутреннее состояние партнера по общению, пытаемся поставить себя на его место. В результате возникает «эмпатия» – внутреннее созвучие между общающимися. О необходимости использования механизма «идентификации» в целях повышения эффективности психологического воздействия ораторской речи пишет в своей работе «Воспитание эффективного оратора» Дж. Бонне «Идентификация – умение поставить себя на место слушателей – самый верный способ утвердить авторитет оратора. Использование этого способа основано на четком осознании нужд, потребностей и ожиданий слушателей» [Bonne 1982: 200].

В большинстве современных американских учебников по риторике указывается ряд положений, на которых основывается искусство управления аудиторией в процессе ораторской речи, а именно: ведущая роль личностного воздействия и отсюда – необходимость формирования оценочного отношения слушателей к личности оратора; использование различных языковых и неязыковых способов формирования такого впечатления о себе, которое будет способствовать повышению престижа и авторитета в данной аудитории; установка на психологический контакт с аудиторией, наилучшим образом достигаемый через форму беседы, близкой к обычному дружескому разговору, использование разговорных слов, форм и оборотов речи; обязательное и интенсивное использование жеста, внимания к мимике, позе (кинестический код), что требует тщательной отретированности каждого выступления; владение лозунговыми, рекламными приемами формулирования основных положений речи; использования приемов аттракции, в том числе с помощью афористических или иных броских фраз или языковой игры (типа тавтологии “We have decided to decide” – «Мы наконец решились принять решение...»); формулирование яркого, привлекательного заголовка (названия) речи, а также иных средств активного поддержания эмоционального контакта с аудиторией.

Весьма дискуссионным в традиционной американской риторике остается вопрос о роли логики в убеждающей речи. Целый ряд теоретиков ораторского искусства считают «логическое» направление устаревшим, вводя новое понятие – так называемую «психологику», т.е. совокупность таких способов убеждения, в которых на первый план выходят не столько законы формальной логики, сколько факторы эмоционального воздействия логических приемов [Miller 1969: 267–286].

Рассматривая проблемы эффективности воздействия ораторской речи с точки зрения оценки психологического состояния аудитории, новейшая американская риторика, так же, как и коммуникология, выводит на одно из первых мест категорию «аттитюда» (attitude), определяемого как «предрасположенность или группу предрасположенностей реципиента по отношению к явлению или объекту, воспринимаемому сознанием». [McCrosky 1972: 38] В американской социальной психологии изучение категории «аттитюда» как предиспозиционного фактора поведения личности составляет самостоятельную область теоретических и прикладных исследований. Данному понятию в российской школе социальной и общей психологии в наибольшей степени соответствует понятие социальной установки как «особого состояния личности, предрасположенности к различным, в том числе социальным, объектам, которая позволяет ожидать раскрытия себя в конкретных актах действий» [Андреева 2009: 355].

Характерной чертой западной традиции в исследовании категории «аттитюда» является его изначальная ориентированность на проблемы социально-психологического знания. Теоретический поиск в зарубежной социальной психологии продолжает вестись по двум направлениям: как анализ структуры «аттитюда» и как раскрытие его функций. Последнее направление особенно активно разрабатывается в современной теории массовой коммуникации, а также риторике в связи с тем, что воздействие на «аттитюд», который проявляется в установке аудитории по отношению к содержанию речи (факту, событию), его формирование и изменение считается американскими теоретиками одной из наиболее важных задач ораторской речи. «Аттитюд», основной характеристикой которого является эмоциональная окрашенность в оценке социальных явлений, рассматривается в качестве основного мотивационного фактора поведения личности, принятия или отторжения содержания речи. Поэтому, разрабатывая «риторическую стратегию», оратор должен исходить из наличия у конкретной аудитории определенной системы аттитюдов, учитывать желания, настроения и цели слушателей, возбуждать и усиливать или ослаблять эмоциональные импульсы, в основе которых лежат три основных чувства – страха (fright), возмущения (anger) и удовольствия (pleasure).

**Заключение.** Таким образом, новейшая американская риторика, будучи направлением, выделившимся в середине XX века из классической теории ораторской речи и получившим активное развитие во второй его половине, сегодня тесно сплелась с коммуникологией и коммуникативистикой – теорией и практикой различных видов массовых коммуникаций. Их объединяет как концептуальное единство в вопросах анализа «риторических событий», в том числе ораторских выступлений президентов, политиков и т.д., так и явное единство категориальной базы. Впрочем, сегодня, как и столетие назад, американская риторика представляет собой явление крайне пёстрое и неоднородное, что не умаляет значительности роли, которую одна из древнейших дисциплин играет в американском образовании, общественной жизни и политике. Интерес к истории и современ-

ному состоянию американской риторики представляется нам вполне оправданным, поскольку исследования в этой области могут играть определенную роль в понимании многих – и не только лингвистических – явлений и процессов.

#### **Библиография**

Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для высших учебных заведений. Изд. 5-е. – М.: Аспект-Пресс, 2009. – 362 с.

Bennett W.L., Harris P.D. etc. Deep and Surface Images in Construction of Political Issues. *The Quarterly Journal of Speech*. V. 60, 1974, №2, p. 109–126.

Bonne J.R. The Care and Feeding of the Executive Speaker. *Vital speeches of the Day*, V. XLII, 1982, №7, p. 199–205.

Burk K. *Language as a Symbolical Action. Essays on Life, Literature and Method*. – Burkelly– Los Angeles. Univ. of Cal. Press. – 1966. – 514 p.

Edelman N. *The Symbolic Uses in Politics*. – Urbana, Univ. of Illinois Press, 1964. – 205 p.

Miller G.R. Some Factors in Influencing Judgements of Logical Validity of Arguments. *A Research Review. The Quarterly Journal of Speech*. V. 55, 1969, № 2, pp. 267–286.

McCrosky J. C. *An Introduction to Rhetorical Communication*. – Englewood Cliffs. – New Jersey, 1972. – 348 p.

*Rhetoric: Theories for Applications. Papers presented at the 1965 Convention of the National Council of Teachers of English*. R.M.Gorrel (ed.). – Champaign (Ill), National Council of Teachers of English, 1967. – 121 p.

## Структурная деформация общественных ценностей как основы русской культуры и менталитета

Бурукина Ольга Алексеевна

Российский государственный гуманитарный университет, Россия  
125993, Москва, Миусская пл., 6  
кандидат филологических наук, доцент  
Университет Вааса, Финляндия  
65200 Vaasa, Wolffintie 34  
ст. исследователь  
Email: obur@mail.ru

**Аннотация.** В статье описывается компонентный состав русской системы национальных ценностей, выявляются особенности русской культуры и русского менталитета, а также противоречивые процессы, протекающие в настоящее время в российских средствах массовой информации, многие из которых направлены на структурную деформацию системы общественных ценностей РФ и системы русских национальных ценностей.

Проведенный автором аксиологический анализ коммерческой рекламы позволил идентифицировать функции средств массовой информации, реализуемые в процессе структурной деформации системы русских национальных ценностей и системы российских общественных ценностей.

Автор формулирует концепцию структурной деформации системы русских национальных ценностей под воздействием средств массовой информации, дает определение этому явлению и убедительно доказывает на примерах из российской коммерческой рекламы, что одним из эффективных инструментов структурной деформации является подмена ценностей русской национальной культуры квазиценностями, или суррогатами.

**Ключевые слова:** современные российские медиа, общественные ценности, национальные ценности, структурная деформация, квазиценности, русская культура, русский менталитет.

УДК 130.2

## Structural deformation of public values as fundamentals of Russian culture and mentality

Olga A. Burukina

The Russian State University for the Humanities, Russia  
125993 Moscow, 6 Miusskaya Square  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
University of Vaasa, Finland  
65200 Vaasa, Wolffintie 34  
PhD researcher  
Email: obur@mail.ru

**Abstract.** The article describes the composition of the Russian system of national values, identifies the features of Russian culture and the Russian mentality, as well as conflicting processes that are currently taking place in the Russian media, most of which are aimed at structural deformation of the public value system of the Russian Federation and the system of Russian national values. The undertaken axiological analysis of commercials made it possible to identify the functions of the Russian media in the process of structural deformation of the system of Russian national values and the system of Russian public values. The author formulates the concept of structural deformation of the system of Russian national values under the influence of the media, defines this phenomenon and convincingly proves with examples from Russian commercials that substitution of values of Russian national culture with quasi-values, or surrogates is one of the most effective tools of structural deformation.

**Keywords:** modern Russian media, social values, national values, structural deformation, quasi-values, Russian culture, Russian mentality.

UDC 130.2

*«Как только люди поймут,  
что ценности и взгляды человека формируются средой,  
манипулировать ими станет намного сложнее».  
Жак Фреско<sup>1</sup>*

**Введение.** Данное исследование имеет целью разработку теоретико-методологических оснований изучения структурных трансформаций в аксиологической системе современного российского общества, являющихся результатом масштабных процессов, протекающих в российских средствах массовой информации, причем многие современные российские медиа выступают и в качестве питательной среды для протекания указанных

---

<sup>1</sup>Jacque Fresco – американский производственный инженер, промышленный дизайнер и футуролог. Директор и основатель организации «Проект Венера». Основными темами его исследований стали: ресурсоориентированная экономика, кибернетические технологии, роль науки в обществе, холистический дизайн, города с устойчивым развитием.

процессов, и в качестве эффективных инструментов структурной трансформации, и как её идеологи и апологеты.

Национальная культура и менталитет, тесно взаимодействуя, составляют единое целое, при этом многокомпонентная система национальной культуры служит основой для единообразия национального менталитета и национально специфических паттернов поведения, обуславливающих национальную идентичность и позволяющих причислять отличающихся друг от друга индивидов к одному этносу или этнической группе. При этом система национальных ценностей является основополагающим компонентом национальной культуры и менталитета.

Исследовательские задачи включают в себя определение компонентного состава системы ценностей современного российского общества, выявление специфических черт русской культуры и русского менталитета, а также изучение процесса структурной деформации ценностей российского общества на современном этапе, в том числе деформации системы национальных ценностей в рамках построения общества потребления. Особое внимание уделяется эффективному семиотическому приему, используемому для структурной деформации – подмене истинных ценностей русской культуры квазиценностями, или суррогатами.

**Материалы и методы.** Методологической основой данного исследования стали работы ведущих советских и российских ученых. Методологические принципы исследования включают в себя принцип системности, принцип целостности, принцип детерминизма, принцип единства сознания и деятельности, принцип развития и принцип личностного подхода, а также принцип единства внешних воздействий и внутренних условий и принцип активности сознания личности. Совокупность исследовательских методов объединяет методы наблюдения и интроспекции, дедуктивный метод, структурно-функциональный анализ и аксиологический анализ, интерпретационный метод, а также контент-анализ рекламных материалов.

Эмпирическая база исследования включает в себя теле- и видеоролики рекламного содержания, транслировавшиеся по центральному российскому телевидению в 2015–2019 гг.

**Обсуждение. Ценности современного российского общества** представляют собой достаточно устойчивые ментальные образования<sup>1</sup>, а также ключевые мифологизированные образы и наиболее значимые объекты социально-исторического опыта (в первую очередь крупные исторические события), которые, тем не менее, подвержены процессам изменений под действием разнообразных когнитивных и социокогнитивных инструментов идеологии и пропаганды. Ценности современного российского общества складываются из совокупностей общечеловеческих и национальных ценностей разных этносов и этнических групп, проживающих на территории Российской Федерации, но их фундаментальной основой являются русские национальные ценности [Ахметзянов 2005].

Мы согласны с мнением Т.А. Рассадина, что в основе национальных ценностей лежит исторический и социальный опыт, аккумулированный в виде образцов и принципов, представлений о лучшем и наиболее авторитетном в культуре [Рассадина 2005]. Национальные ценности лежат в основе менталитета и обуславливают «своеобразие восприятия, мышления, оценивания и поведения». Система ценностей является «основой отношений, типичных и устойчивых личностных черт представителей конкретной этнической общности», то есть социального характера каждого этноса и этнической группы [Там же].

Мы согласны с утверждением К.Г. Ахметзянова, что национальная система ценностей – фундаментальная категория, интегрирующая оба элемента оппозиции «личность–социум». Протекающий в России в последние 30 лет масштабный процесс изменения общественных отношений сопровождается процессом переоценки ценностей. При этом основополагающие ценности русской культуры и всех других национальных культур народов Российской Федерации дискредитируются, деформируются и просто обесцениваются, в то время как трансформация общественного бытия порождает новые ценностные идеалы [Ахметзянов 2005], которые, впрочем, не равноценны интенсивно разрушаемым ценностным ориентирам, складывавшимся в российском обществе в течение многих столетий.

Мы полагаем, что в пределах одного этноса национальные ценности варьируются с социально- и культурно-детерминированным отклонением в рамках разных поколений, а также со средним отклонением от индивидуальности к индивидуальности. Как справедливо заметил в свое время Э. Пресли<sup>2</sup>, «ценности – как отпечатки пальцев: у всех разные, но при этом они прослеживаются во всем, что вы совершаете» [Мысли вслух 2016].

Хотя, как верно указывает Т.А. Рассадина, национальный менталитет и социальный характер обладают высокой устойчивостью, но под влиянием постоянных, а тем более ускоряющихся изменений культурной среды традиционные ценности претерпевают значительные трансформации [Рассадина 2005], что чревато не менее значимыми структурными деформациями национального – в данном случае русского – менталитета.

Изменение ценностных основ жизни общества сопровождается кризисом национальной культуры, который в еще большей степени влияет на фундаментальные ценности общества. Выход из культурного кризиса возможен только через создание объединяющей платформы – традиционной системы ценностей либо новой системы ценностей, способной объединить всех граждан страны, разделяющих ее язык, культуру и менталитет. Российскому народу, как и любому другому необходима общенациональная система ценностей, при этом, поскольку всех граждан Российской Федерации объединяет русский язык, русская культура, общее историче-

<sup>1</sup> Под ментальными образованиями в данном случае мы понимаем концепты, понятия, принципы и стереотипы (восприятия, мышления и поведения).

<sup>2</sup> Элвис Аарон Пресли – певец, актёр, лауреат трех премий «Грэмми», музыкант, соединивший кантри и блюз и создавший новый музыкальный стиль – рокабилли. Один из первых музыкантов в мире, включенных в «Зал славы рок-н-ролла».

ское прошлое и социальный опыт и, следовательно, в значительной степени русский менталитет, в качестве базовых ценностей россиян должны служить именно «ценности русской культуры с ее наднациональными чертами» [Ахметзянов 2005].

Как справедливо отмечает В.П. Синячкин, ценности представляют собой ментальные образования, объективирующиеся в вербальных / невербальных знаковых формах. Проведенный исследователем анализ знаковых объективаций позволил сделать закономерный вывод о сосуществовании разных представлений о содержании одной и той же ценности, которые могут не совпадать и даже противоречить друг другу в рамках явления концептуальной аксиологической энантиосемии. Множественность ментальных представлений о содержании одной и той же ценности, объективируемых при помощи разных знаковых образований, включается в общее концептуальное поле ценности на правах взаимодополняющих вариантов объективации [Синячкин 2011].

**Особенности русской культуры и русского менталитета.** Русская культура является главной опорой эволюционного развития российского общества, которое, как и никакое другое общество, не может прогрессивно развиваться в отсутствие культуры. Русская культура в значительной степени обуславливает идентичность большинства граждан Российской Федерации: совокупности её ценностей, знаний, передаваемых от поколения к поколению, психологических паттернов и когнитивно-бихевиоральных стереотипов детерминируют предпочтения, отношения, поведение большинства социальных групп и оказывают положительное влияние на социальное развитие в Российской Федерации.

Однако, как уточняет К.Г. Ахметзянов, «русская культура постоянно эволюционирует через изменение сознания, которое носит социально-исторический характер и по-разному преломляется в различные эпохи» [Ахметзянов 2005]. Процессы, происходящие в русской культуре с возрастающей интенсивностью с 1990-го года, наиболее точно охарактеризовал великий русский ученый В.Н. Топоров в своей книге «Святость и святые в русской духовной культуре», опубликованной в 1995 г.: «Происходящие в последнее время изменения в <...> общественном сознании приводят к возрождению интереса к тому, что было забыто, отринуту, поругано. Появляется желание найти в прошлом то, что может помочь разобраться в настоящем и бросить луч света на будущее, иначе говоря, возобновить права наследования, от которых столь поспешно отказались ранее, и взять с собой это родовое наследие в дальнейший путь» [Топоров 1995].

По наблюдениям великого английского писателя Дж. Голсуорси<sup>1</sup>, апологета и глубокого исследователя русской культуры и русского менталитета, в главе «Англичанин и русский» (1916) охарактеризовавшего русских и англичан как две половинки единого целого<sup>2</sup>, «в России время и пространство не имеют точного значения, жизнь важнее, чем доминирование над жизнью, эмоции не кастрированы, люди открыто предаются чувствам; в России сосуществуют интеллектуальная тонкость и простота...» [Galsworthy 1916]. То есть ценными качествами русского менталитета, по мнению английского знатока человеческой психологии, является отсутствие приверженности материальным ценностям и внимательное отношение к чувствам и моральным принципам и отношениям между людьми.

**Структурная деформация ценностей российского общества.** Совокупность ценностей современного российского общества понимается нами как система, структура которой, согласно теории систем, включает в себя ее компонентный состав вместе с межкомпонентными связями.

Под структурной деформацией мы понимаем устойчивое отклонение от нормального, то есть направленного на позитивное развитие состояния системы в сторону угнетения процесса ее развития. Структурная деформация системы ценностей российского общества выражается в замене одних компонентов другими и разрушении взаимосвязей между ними.

В настоящее время традиционные ценности русской культуры и менталитета активно вытесняются квазиценностями идеологии консюмеризма: личное удобство достигло первостепенной важности, по крайней мере, в сознании жителей крупных российских городов; большую значимость приобрели личные интересы и потребности, то есть набирает масштаб и скорость процесс асоциализации личностей, и, как следствия, размываются коллективное сознание и коллективная идентичность. Для частично или полностью асоциализированных личностей не существует нравственного конфликта мотивов, моральных сдержек и запретов, когда речь идет о достижении личных целей, обладающих несомненным приоритетом по сравнению с целями других индивидов, не говоря уж об общественных целях. Поскольку в процессе асоциализации исчезают моральные сдержки и нравственные противовесы, резко падает общий уровень нравственности, граница между нравственным и безнравственным размывается и постепенно исчезает.

Мы полагаем, что российские средства массовой информации как эффективные инструменты играли и играют весьма значимую роль в процессе трансформации традиционных русских ценностей в разные фазы кризисного периода, а именно в фазу социальной дезинтеграции, в фазу бифуркации и в фазу мобилизации сил (классификация Т.А. Рассадина). Именно средства массовой информации проявляют себя как наиболее действенные акторы в процессе имплантации сомнений в массовое сознание россиян по поводу истинности и значимости сложившейся к 1990-х гг. системы ценностей в ситуации преобладания конформизма, затем в период открытия окон Овертона и вариантов выбора системы ценностей на основе полного или частичного отказа от

<sup>1</sup> John Galsworthy – английский прозаик и драматург, автор знаменитого цикла романов «Сага о Форсайтах», лауреат Нобелевской премии по литературе 1932 г.

<sup>2</sup> “It has been my conviction for many years that the Russian and the Englishman are as it were the complementary halves of a man.” – «В течение многих лет я был убежден, что русский и англичанин – как бы взаимодополняющие половинки одного человека» [Galsworthy J. (1991). Englishman and Russian // Another Sheaf / Ed. by Galsworthy J. – London, William Heinemann, 1916. – Pp. 64–66].

традиционной системы, и, наконец, в процессе активной деятельности в формате «выбранной» доминирующей системы ценностей – с преобладанием индивидуализации и снижения личной ответственности в процессе построения нового российского общества – общества потребления.

**Деформация системы национальных ценностей в рамках построения общества потребления** проявляется в нескольких вариантах, в том числе в десакрализации и дискредитации русских национальных традиций и сакральных образов, например, образа Деда Мороза и традиции празднования Нового года, значение которых для русской культуры и русского менталитета, согласно исследованиям В.Н. Топорова, В.В. Иванова, С.В. Жарниковой и др., вряд ли можно переоценить.

**Дед Мороз** – неизменный атрибут русских новогодних празднеств. И в наше время волшебный образ Деда Мороза непосредственно связан с верой в чудеса. Именно с этим сказочным персонажем приходит ощущение праздника, при этом большинство носителей русской культуры не задумываются о его происхождении.

По мнению исследователей индоевропейской мифологии В.В. Иванова и В.Н. Топорова, образ Деда Мороза в той или иной мере отражен во всех славянских традициях: «Мороз, Морозко – персонаж славянского сказочного обрядового фольклора... У восточных славян представлен сказочный образ Мороза-богатиря, кузнеца, который “сковывает воду” железными морозами...» [Жарникова 2003].

Анализ истоков образа Деда Мороза позволяет исследователям сделать вывод, что истоки этого образа имеют общие индоевропейские корни, хотя сам образ, вероятнее всего, сложился на севере Восточной Европы примерно в V–IV тыс. до н.э.<sup>1</sup>

Согласно традиции, образ Деда Мороза (в соответствии с мифологией и символикой цвета) включает в себя «густые серебряные волосы и бороду – символы могущества, сакрального знания, счастья, богатства и благополучия, а также трехпалые перчатки или варежки белого цвета, расшитые серебром, со знаком «сегнерова колеса» – символа вселенского закона и благодати, являющегося знаком чистоты и святости всего, что Дед Мороз дает из своих рук». В руках Дед Мороз держит хрустальный посох, который венчает лунница с колокольчиками или серебряной головой быка – символами власти над водой, луной и миром предков – подавателей плодородия и счастья живым [там же].

В восточнославянских сказках Мороз (Морозко) описывается как старик с белой бородой, закутанный в красный (символ связи с миром предков) кафтан или шубу, который «на ёлке потрескивает, с ёлки на ёлку поскакивает да пощёлкивает», усиливая тем самым зимнюю стужу [Афанасьев 1984].

В современной русской культуре Дед Мороз – неизменный атрибут новогодних празднеств. Дед Мороз – воплощенная вера в чудо, надежда на лучшее. Причем эти черты русского менталитета имеют не пассивный, а активный характер и проявляются в желании и стремлении, а значит, способности делать чудо своими руками. Так, в отличие от западноевропейцев и американцев русские не развешивают носки для рождественских подарков и не ставят молоко с печеньем для Санта Клауса в обмен на подарки [Pruitt 2018]. Русские делают чудо своими руками.

Интересно, что в 2019 г. сразу несколько рекламных компаний решили использовать Новогодний праздник и образ Деда Мороза для продвижения своих продуктов и/или услуг. Но, к сожалению, некоторые компании предпочли укреплению национальных ценностей их дискредитацию, причем самым мрачным примером стала реклама МТС.

В рекламе российской телекоммуникационной компании МТС «Новогодняя измена» 2019 г. Дед Мороз представлен гротескно – как посмешище, – ревниво допрашивающий молодую женщину–клиентку компании МТС, кто именно подарил ей мобильный телефон Samsung Galaxy, который он сам, по замыслу авторов контента, подарить ей оказался неспособен.

Дед Мороз в красном кафтане сидит в гостиной, в которой на диване спит молодая женщина (по какой-то причине не добравшаяся до собственной постели). Молодая женщина испуганно вскакивает, включает торшер, и Дед Мороз в виде старика с белой бородой и в кафтане красного цвета грозно допытывается у молодой женщины, кто именно подарил ей смартфон:

– У тебя появился другой?

– В смысле? – Произносит девица расхожую фразу поколения миллениалов.

– Санта принес? – «Дед Мороз» тычет посохом в большую синюю коробку.

– А, это я вчера Samsung Galaxy купила!.. – отвечает девица.

– Кто он? Йеллоупукки? (Сноска на экране: «финский Дед Мороз».) Пер Ноэль? (Сноска на экране: «французский Дед Мороз».)

– А сегодня набрала подарков на кэшбэк...

– Кэшбэк!.. Мош Крэчун,<sup>2</sup> значит!

И молодой человек – сотрудник офиса МТС – констатирует:

– Да нет же... МТС... При покупке Samsung Galaxy до 15 000 рублей на подарки!

– Работа нервная... – сочувственно кивает девица.

– Пробки! – Соглашается «Дед Мороз», сидя в санях и натягивая поводья.

Не совсем понятно почему – намеренно («для прикола») или случайно (в силу элементарного невежества), – но актер, исполняющий роль Деда Мороза в данном видеоролике, произносит имя финского рождественско-

<sup>1</sup> Для сравнения напомним, что египетские пирамиды в долине Гиза были построены в III тысячелетии до н.э.

<sup>2</sup> *Мош Крэчун* – молдавский Дед Мороз, чье имя в переводе означает «Дед Рождества».

го волшебника не Йоулупукки / Joulupukki<sup>1</sup>, а Йеллоупукки / Yellowpukki – частично на английский манер, что производит еще более неприятное впечатление (в силу непрофессионализма или невежества Деда Мороза).

Заметим, что одежда и весь внешний вид Деда Мороза не соответствуют настоящим атрибутам сакрального русского образа, но одного упоминания его имени в описанном сюжете достаточно, чтобы дискредитировать его образ.

Еще один негативный пример телерекламы: в полном рекламном ролике *Delivery Club* (российской мобильной и десктопной платформы для доставки еды, принадлежащей Mail.ru Group) девочка лет 9–10, глядя на экран мобильного телефона, произносит:

– Дедушка Мороз, весь год я вела себя хорошо. Подари мне... *чизкейк* и *смужи*!

Диктор весело заявляет: «Доставим от 30 минут». На экране надпись: «–40%. Delivery Club. Доставка еды №1 в России».

Выбор подарков, которые просит девочка у Деда Мороза, не выглядит случайным: девочка выступает как юная, но вполне «квалифицированная потребительница», ведь она просит не волшебные подарки, не новогоднее чудо для себя и своих близких, а заморские вкусы – чизкейк<sup>2</sup> (а не творожный торт и не запеканку) и смужи<sup>3</sup> (а не сок и не фруктовое пюре).

Проблема усугубляется тем, что этот ролик сократили до 10 секунд, и текст из уст девочки звучит так:

– Дедушка Мороз, подари мне... *чизкейк* и *смужи*!

То есть девочка просто делает заказ, повелевая всемогущему русскому волшебнику.

Еще одним рекламным роликом, дискредитирующим образ Деда Мороза и ценность новогоднего праздника, является ролик *Beeline*: «Снежинка пришла за своим подарком» 2019 г.

Ролик продолжительностью 1 мин 1 сек начинается с демонстрации филевой части с хвостиком кого-то, одетого в костюм зайчика. Зайчик идет под ритмичную музыку “Trillionaires” в исполнении Glenn Herweijer, Nicholas Hill & Ben Sumner.

Далее под ту же музыку на экране появляются дети в разных костюмах с неизменным атрибутом в цветах Beeline (полосатая шапочка на девочке в костюме снежка или елочного шара, желто-черный шарф на мальчике в костюме медведя), в каминном зале под елкой лежат подарки в коробках в подарочной бумаге корпоративных цветов. Мальчик в костюме зайчика наносит на щеки боевую раскраску на манер американских морских пехотинцев. Среди участников – девочка в костюме ворона и еще одна – в костюме мухомора, надевающая шляпу. Еще раз более крупным планом показаны подарки под елкой, на которые дети смотрят недобрым взглядом. На нескольких коробках слева и справа банты желтого цвета, на остальных в центре – большие черные банты, которые смотрятся на редкость траурно, создавая впечатление не новогодней сказки, а триллера или даже хоррора<sup>4</sup>.

Наконец, маленькая блондинка надевает на голову корону, а А. Ревва натягивает на лицо бороду. Дети стройными рядами движутся вперед. А. Ревва шагает им на встречу с посохом, больше напоминающем оторванную часть балюстрады, в верхней трети которого – странное утолщение в корпоративных цветах – желто-черных полосках. На переднем плане мелькает лицо альтернативного молодого мужчины, на заднем – лицо пожилого мужчины. «Дед Мороз» ставит табурет (на который, видимо, должен встать ребенок и прочесть стишок – стереотипный бихевиоральный паттерн 1950–1960-х гг.). Девочка в костюме снежинки резко поднимает «волшебную палочку», увенчанную пятиконечной звездой в желто-черных полосках. Дети останавливаются. «Дед Мороз» спрашивает:

– Снежинка пришла рассказать стишок?

– Снежинка пришла за своим подарком! – Дерзко отвечает «Снежинка».

«Дед Мороз» хмыкает и убирает табурет (Долой советские паттерны!). «Снежинка» машет палочкой вперед, делая знак детям, которые с криком всей толпой бегут к елке разбирать подарки.

Диктор заявляет: «С Билайн подарки не нужно заслуживать! Скидка 20% на новые семейные тарифы целый год!» Уточняющая надпись на экране: «При подключении/переходе до 31.01.20».

В завершающей сцене А. Ревва, опустив с лица бороду, рассматривает коробочку с подарком от Beeline. Из-за дерева высовывается крупный мальчик в костюме медведя, и А. Ревва, как бы оправдываясь, бормочет:

– Я даже не Дед Мороз.

– Да и я не медведь, – ухмыляется мальчик. (И эта фраза действительно звучит забавно. – Прим. О.Б.)

«Билайн. Живи на яркой стороне», – произносит диктор знакомый слоган.

В отличие от рекламного ролика торговой марки Билайн российской телекоммуникационной компании ВымпелКом, способствующей утверждению в русскоязычном дискурсе и в русском менталитете идеологии общества потребления, стендовая реклама нидерландской производственно-торговой группы компаний ИКЕА, основанной в Швеции, утверждает сразу две ценности русской культуры: *веру* в человека, в добро, в чудо и *символ* русского *Нового года* – доброго и мудрого волшебника *Деда Мороза*:

ИКЕА: – Вы не верите в Деда Мороза? Главное, что Дед Мороз верит в вас!

<sup>1</sup> *Joulupukki* – финский Дед Мороз, чье имя также вызывает непосредственную ассоциацию с Рождеством (по-фински Joulu).

<sup>2</sup> *Cheesecake* – сырсодержащий десерт от творожной запеканки до суфле, основанием для которого обычно служит толчёное песочное печенье.

<sup>3</sup> *Smoothie* – густой однородный напиток, приготовленный из ягод, фруктов или овощей с добавлением кусочков льда, молока, чая, пряностей и других добавок. Приобрел популярность в США в 1960-х гг.

<sup>4</sup> Фильмы ужасов.



Рекламируя чехол для диванной подушки, **ИКЕА** использовала следующий текст, дополнительно утверждающий и ценность домашнего очага: «Создай уют. Дед Мороз верит в тебя!». Обе стендовые рекламы направлены на утверждение традиционных русских ценностей – фундаментальной основы русского менталитета. Но, к сожалению, стендовая реклама значительно проигрывает по эффективности рекламе телевизионной.

Еще одним положительным примером добросовестной рекламы, продвигающей услуги компании-заказчика не в ущерб русской культуре и менталитету, может служить телереклама Почты России.

Единственный минус данного ролика – противопоставление ребенка родителям, которые, совместно нарядив красивую ёлку (положительный прием, подчёркивающий значимость совместных усилий, направленных на благо семьи) и положив под нее подарки, не смогли удовлетворить желание своего сына, мечтавшего получить железную дорогу. Поэтому, когда родители любезно приглашают его к ёлке, указывая на подарки, он с огорчением отворачивается и уходит в свою комнату, где пишет письмо Деду Морозу, запечатывает его в конверт, а потом на улице скатывает большой снежный шар, чтобы встать на него и дотянуться до почтового ящика.

Впрочем, заказчикам данного рекламного контента хватило мудрости не показывать первую часть ролика, – конфликт с родителями – и транслировать его по российскому телевидению в укороченном варианте, начиная с попытки мальчика дотянуться до почтового ящика. Хотя, пожалуй, было бы нагляднее включить и сцену со снежным шаром, чтобы показать усердие мальчика на пути к мечте и молчаливую поддержку его родителей, наблюдающих за ним в окно.

В сцене, когда мальчик пытается дотянуться до почтового ящика, чтобы опустить письмо, в него попадают снежком его маленькие товарищи, мальчик отвлекается, и письмо падает на землю. Вечером к почтовому ящику приходит служащий Почты России, чтобы изъять письма, и замечает на земле засыпанный снегом конверт с обратным адресом отправителя.

В следующей сцене семья ужинает за столом, раздаётся звонок, и в дверь квартиры Дед Мороз протягивает мальчику большую коробку. Родители выглядывают в окно и видят уходящего Деда Мороза в синем кафтане с опустевшим синим мешком на плече, а мальчик открывает коробку, упакованную в красочную бумагу. Дед Мороз садится в автомобиль Почты России, снимает шапку с бородой, и мы видим молодого симпатичного сотрудника той же компании, а на приборной панели – конверт с письмом мальчика. В заключительной сцене мальчик с родителями на полу у ёлки играет в железную дорогу. На экране появляется надпись «Доставляем чудеса!», и на первый план выезжает игрушечный состав синего цвета с надписью «Почта России».

Очевидно, что данный ролик в основном утверждает фундаментальные ценности русской культуры, производит положительное впечатление и, несомненно, оказывает положительное влияние на потребителей, убеждая их в том, что сотрудники Почты России – ответственные, надёжные, добрые и щедрые люди, понимающие значимость фундаментальных ценностей русской культуры и разделяющие их со всей компанией (что подтверждается появлением микроавтобуса Почты России и поезда игрушечной железной дороги с соответствующей надписью в заключительных кадрах ролика).

Напротив, отрицательным примером может служить и другой рекламный ролик *Delivery Club* «Счастье есть» 2019 г. Видеосюжет незамысловат: девочка лет 14–15 лет сидит в кругу семьи (по центру отец, справа мама и бабушка, слева девица и ее младший брат) за столом, в центре которого стоит огромная салатница с «Оливье», смотрит на экран своего мобильного и с тоской произносит:

– Этот оливье нам до майских не переварить. (Замена глагола «съесть» на глагол «переварить» усиливает негативную коннотацию.)

Девица нажимает на кнопку «Заказать», раздаётся звонок, мгновенно открывается дверь, и на пороге оказывается доставщик еды от *Delivery Club* в псевдорусском костюме зеленого цвета, играющий на русском национальном инструменте – баяне, – и начинает петь знаменитую песню из кинофильма Л.И. Гайдая «Иван Васильевич меняет профессию».

В следующей сцене от играет уже в трио русских народных инструментов: баян, гусли и балалайка-контрабас:

«Вдруг как в сказке скрипнула дверь,  
Всё мне ясно стало теперь».

Девица в полном восторге смотрит на происходящее. Между отцом и матерью вновь как чертик из коробочки появляется доставщик *Delivery Club* и крутит ручку, встроенную в термокороб с едой наподобие шарманки:

«Столько лет я спорил с судьбой  
Ради этой встречи с тобой!..»

Ставит свой короб на стол, и из него «выезжают» всевозможные яства, причем, большинство из них – заморские «деликатесы»: суши, бургеры и пр.

В заключительной сцене на большом столе – множество блюд, слева и справа по два короба доставщиков еды, в центре – ансамбль русских народных инструментов, слева мама и бабушка с тарелками еды, справа – папа и девица с мобильным телефоном, и ее младший брат с бургером.

На экране возникает надпись: «Скидки 30% *Delivery Club* (только в январе). Счастье есть!», и кокетливо звучит слово “*Delivery!*”.

Очевидно, что слоган «Счастье есть!» имеет двойное значение: (1) счастье существует, и (2) счастье заключается в том, чтобы потреблять пищу. Поскольку ролик сопровождается видеорядом с большим количеством

вом иностранных блюд, в нем актуализируются оба значения утверждения «Счастье есть!», причем второе значение на фоне первого оказывает большее воздействие.

Примечательно, что при демонстрации данного рекламного ролика высвечивалась отметка **0+** в соответствии с Возрастной классификацией информационной продукции (Russian Age Rating System, RARS) – совокупностью норм, регулирующих доступ к информации, причиняющей вред здоровью и развитию детей в Российской Федерации<sup>1</sup>.

В соответствии с этой классификацией, детские сказки В. Сутеева («Терем-теремок», «Кораблик», «Снеговик-почтовик»), сказки Г. Цыферова «Паровозик из Ромашково», «Котенок по имени Гав», «Гуси-лебеди» и др. получили отметки от 3+ до 5+, а такие мультипликационные фильмы, ставшие классикой, как «38 попугаев», «Снежная королева», «Аленький цветочек», «Малыш и Карлсон» имеют отметки от 5+ до 7+ [Методика 2014]. Таким образом, по логике авторов рекламного ролика и специалистов, проводивших его психолого-педагогическую экспертизу, клиентами Delivery Club россияне должны становиться в младенчестве и воспитываться на заморских деликатесах, презируя салат Оливье и другие национальные русские блюда и традиции.

Заметим, что *салат Оливье* известен в ряде стран Запада под названием *Russian salad*<sup>2</sup> и пользуется значительной популярностью (по личному опыту автора статьи, иностранцы, попробовавшие его, рассказывают о нем знакомым и с удовольствием едят при любой возможности), а также у многих носителей западноевропейской и американской культуры вызывает непосредственную ассоциацию с русской культурой и русским гостеприимством.

Интересное совпадение: практически одновременно с выходом на экраны данного рекламного ролика Delivery Club депутат Государственной Думы РФ V, VI и VII созывов Виктор Зубарев выступил с предложением внести значимые элементы русской культуры в Репрезентативный список нематериального культурного наследия человечества под эгидой ЮНЕСКО, в том числе кинофильм Э.А. Рязанова «Ирония судьбы», а также блюда русской кухни: холодец и салаты «Оливье», «Мимоза» и «Сельдь под шубой». Соответствующее письмо депутат Госдумы РФ направил генеральному директору ЮНЕСКО Одрэ Азуле [РИА Новости 2019].

К сожалению, эта инициатива не увенчалась успехом, поскольку Российская Федерация не ратифицировала Конвенцию об охране нематериального культурного наследия [Пуртова 2019]. Однако даже заголовок статьи В. Ивановой, опубликованной на сайте РИА Новости, – «В ЮНЕСКО оценили идею внести оливье в список культурного наследия» – в определенной степени отражает не только детриментальные процессы по дискредитации национальных ценностей, но и их результаты, ведь в ЮНЕСКО не «оценили идею» внести оливье в список культурного наследия, а с полным основанием отказали в рассмотрении заявки по формальному признаку. Хотя, надо признать, не совсем понятно, несмотря на попытки другого депутата Госдумы Елены Драпеко это объяснить, почему же Российская Федерация на ратифицировала данную конвенцию [Волкова 2018]. Заголовки статей на ту же тему, опубликованные на сайтах других российских/зарубежных СМИ, не менее красноречивы: «В ЮНЕСКО оценили идею внести новогодние традиции россиян в список наследия» [Lenta.ru 2019] и «Почему в список ЮНЕСКО не взяли ни оливье, ни таблицу Менделеева» [Русская служба BBC News 2019].

**Подмена истинных ценностей суррогатами** – один из эффективных семиотических приемов, направленных на структурную деформацию национальной системы ценностей и трансформацию национального менталитета. Этот семиотический прием широко применяется российскими рекламными агентствами, и вряд ли можно предположить, что его единственная цель – продвижение товаров и услуг, таких как сосиски, колбаса или шампунь.

Показателен в этом отношении слоган *мясокомбината «Клинский»* в рекламе сосисок «Молочные» (2017 г.): «Для нас вкус – это то, ради чего стоит жить. Клинский. Жизнь на твой вкус». То есть Сократ, Платон, Диоген, Декарт, Спиноза и другие блестящие мыслители были неправы, полагая, что смысл жизни неразрывно связан с понятием блага. На самом деле смысл жизни, оказывается, заключается во вкусе, – видимо, вкусе сосисок.

Рекламный ролик «Капитан» того же мясокомбината, выпущенный в прокат в 2015 г., представляет собой совокупность непритязательных абсурдностей, представленных в виде монолога «капитана», а затем диалога его со «стюардессой» в купальнике:

– Я иду и говорю вам: «Не усложняйте! Всё гениальное просто. (Отшвыривает белый со всех сторон кубик Рубика) Всё простое – очевидно. Небо голубое. Трава зеленая. Сосиски “Клинские”».

– Колбаса? – «Стюардесса» протягивает «капитану» тарелку с колбасой.

– Колбаса тоже «Клинская».

– Жить – хорошо! – резюмирует «стюардесса», падая спиной в бассейн и отшвыривая в сторону тарелку с колбасой.

– Есть хорошо! А вкусно есть – ещё лучше! – подхватывает «капитан».

И диктор подводит итог: «Клинский: вкус превыше всего!»

<sup>1</sup> Возрастная классификация информационной продукции введена в РФ с 1 сентября 2012 г. после вступления в силу федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», в соответствии с международными нормами, защищающего права детей на безопасность от информации, наносящей им психический, физический и нравственный ущерб.

<sup>2</sup> Русский салат.

Обратим внимание на то, что в резюмирующей фразе «капитана», во-первых, передергивается цитата из кинофильма Л.И. Гайдая «Кавказская пленница» («Жить хорошо! А хорошо жить еще лучше!»), а во-вторых, значимость жизни подменяется значимостью поглощения пищи.

Вариант-продолжение данного клипа имеет следующее содержание:

- Сосиски – «Клинные»!
- Колбаса?
- Тоже «Клинные»? Совпадение? Не думаю!..
- «Клинные»: вкус превыше всего!

Значимость вкуса утверждается в формуле, в которой прежде главное место занимали такие ценности, как Россия<sup>1</sup>, вера и честь<sup>2</sup>, любовь<sup>3</sup>.

Представляется, что ключевой фразой в данном диалоге можно считать утверждение «Не думаю!», если не допускать мысли о том, что подмена ценностей была совершена умышленно.

Еще один пример откровенной подмены значимых национальных ценностей находим в телерекламе *Panteen* (2018 г.), видеоряд которой представляет нескольких прекрасных девушек с красивыми волосами, в сопровождении текста следующего содержания: «В России все мы разные, и наши волосы тоже. У Panteen есть решение для каждого типа волос: от воздушного бальзама-ополаскивателя до интенсивного чудовосстановления за 3 минуты. Panteen преображает волосы, чтобы каждая из нас чувствовала себя сильнее, смелее, просто блестяще! Красота России – в силе твоих волос!»

Печально, что, по замыслу авторов данного рекламного контента, красоту России представляют не прекрасные люди России, не российское общество, не удивительные творения ума и рук россиян, прославившие русскую науку и культуру, не редкой красоты российские пейзажи, а волосы – производные эпидермиса, практически лишённые какой-либо биологической функции. Причем чудесный слоган «Красота России – в силе твоих волос!», видимо, должен означать, что чем сильнее чьи-то волосы, тем красивее Россия. И, если все россияне начнут пользоваться данным шампунем, то их волосы будут особенно сильными, и станут залогом необыкновенной, ни с чем не сравнимой красоты нашей действительно ни с кем не сравнимой страны.

Валу «коммуникативных диверсий» современного рекламного дискурса, отелльные примеры которых были представлены в статье, может противостоять лишь выверенная система непрерывного лингвориторического образования, базирующаяся на категории русского лингвориторического идеала [Vorozhbitova, Yurieva etc. 2020], восходящего к античной культуре, и формирующая подрастающие поколения коллективной языковой личности россиянина [Ворожбитова 2017] с высокой речемыслительной культурой и этической ответственностью за речевые поступки. В нашем обществе должно становиться все больше поборников культуры русской речи, рыцарей нормы русского литературного языка, благодаря которым повседневно воплощаются в жизнь категории-доминанты «Благо – Добро» (Этос), «Мысль – Истина» (Логос), «Красота – Гармония» (Пафос), «Вдохновение – Любовь» (София) [Ворожбитова 2018, с. 8].

**Заключение.** Как верно отмечает К.Г. Ахметзянов, русская культура, обладающая многовековым богатством нравственного потенциала и системой трансцендентальных ценностей, в настоящее время «мужественно преодолевает попытки смещения её с “оси” общечеловеческих ценностей» [Ахметзянов 2005]. Русская культура и русский язык обладают значительным, еще не исследованным потенциалом и внутренней мощью и, вероятно, способны преодолеть систематические попытки, направленные на их трансформацию и «втискивание» их в прокрустово ложе идеологии общества потребления.

К сожалению, пропаганда со всем своим многообразным инструментарием не способна заменить национальную идеологию, признающую и укрепляющую непреходящую ценность общечеловеческих и национальных ценностей, поскольку, как справедливо утверждал величайший теоретик XX в. Альберт Эйнштейн, «из честолюбия или чувства долга не может родиться ничего ценного. Ценности возникают благодаря любви и преданности людям и объективным реалиям этого мира» [Эйнштейн 2013].

Структурная деформация русских национальных и российских общественных ценностей, набирающая обороты в современных российских и зарубежных (Facebook, Instagram, YouTube и др.) средствах массовой информации имеет непосредственное влияние на русскую культуру и менталитет, причем это влияние вряд ли можно считать положительным.

К сожалению, в настоящее время граждане Российской Федерации оказались на перепутье – в ситуации, когда вместо фундаментальных ценностей, являющихся основой русского менталитета и напрямую коррелирующих с русским языком, во многом формирующим русский менталитет, им предлагаются квазиценности,<sup>4</sup> основное назначение которых – формирование общества потребления, основой которого являются природные ресурсы, а жизненной целью индивидуума становится потребление, которому не может способствовать всестороннее умственное, нравственное и духовное развитие человека, поскольку эти гуманистические цели напрямую противоречат целям и ценностям общества потребления.

Представляется весьма своевременным обращение к идее великого русского писателя, философа и гуманиста Ф.М. Достоевского, наследие которого стало значимой частью русской и мировой культуры: «Мерило народа не то, каков он есть, а то, что он считает прекрасным и истинным» [Философское наследие 2016].

<sup>1</sup> Суворин А.С. Россия превыше всего. – М.: Институт русской цивилизации, 2012.

<sup>2</sup> «Вера и Честь превыше всего» – девиз СОБР «Рысь», 1992 г.

<sup>3</sup> Карагодин В. Любовь превыше всего. Светлой памяти схииеромандрита Зосимы. – М.: Риза, 2019.

<sup>4</sup> Путин: власти России пытаются защитить народ от квазиценностей, РИА Новости, 19.12.2013. URL: <https://ria.ru/20131219/985127145.html>.

Благодаря общему историческому прошлому и социальному опыту народов Российской Федерации, сплотившему их и позволившему сформировать общее основание национальных систем ценностей, русская культура и близкие ей по духу национальные культуры народов Российской Федерации способны противостоять детриментальному воздействию российских средств массовой информации.

Но широкомасштабное многоуровневое влияние рекламного контента, подрывающего основы русского менталитета и русской культуры, играющей для россиян роль объединяющей когнитивно-социальной платформы, нельзя недооценивать: оно приносит свои деструктивные плоды, выражающиеся в разрушении значимых стереотипов мировосприятия, мышления и поведения и, как следствие, в разрыве социальных связей в российском обществе.

Остановить этот процесс возможно только при помощи совокупности мер, направленных на сохранение русского языка, русской культуры и менталитета как государствообразующих основ Российской Федерации.

И первой из таких мер должно стать создание государственной идеологии, утверждающей систему национальных ценностей и приоритетов и защищающей их на государственном, региональном и корпоративном уровнях. Следующей мерой станет изменение на основе государственной идеологии и совокупности ценностей, включающей понимание ценности русского языка, системы начального, среднего и высшего образования с формированием системы личных ценностей как неотъемлемой основы личностей будущих россиян – носителей русского языка.

#### Библиография

Афанасьев А.Н. Морозко (№№95–96) // Народные русские сказки А.Н. Афанасьева: В 3 т. – М.: Наука, 1984. – С. 113–117.

Ахметзянов К.Г. Интегративная функция русской культуры: Дис... канд. филос. наук: 09.00.11. – Йошкар-Ола, 2005. – 144 с.

Волкова О. Драпеко рассказала, почему РФ не приняла конвенцию ООН об охране нематериального культурного наследия. Парламентская газета. Эл. ресурс. URL: <https://www.pnp.ru/social/drapeko-rasskazala-pochemu-rf-nepriyala-konvensiyu-oon-ob-okhrane-nematerialnogo-kulturnogo-naslediya.html>. Дата обращения – 21.11.2019.

Ворожбитова А.А. Категория «языковая личность россиянина»: материалы анкетирования как репрезентация профессиональной языковой личности филолога // Язык: история и современность. – 2017. – № 4. – С. 13–38.

Ворожбитова А.А. Лингвориторика: основы речевого самосовершенствования: учеб. пособие по дисциплинам «Культура речи», «Русский язык и культура речи», «Русский язык, культура речи и делового общения», «Речевая коммуникация», «Риторика», «Педагогическая риторика» / А. А. Ворожбитова. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2018. – 176 с.

В ЮНЕСКО оценили идею внести новогодние традиции россиян в список наследия. Lenta.ru. URL: <https://lenta.ru/news/2019/12/30/olive/>

Жарникова С.В. Исторические корни образа Деда Мороза на Русском Севере. Эл. ресурс URL: <https://www.perunica.ru/zharnikova/1102-g.html>. Дата обращения – 15.11.2019.

В ГД предложили признать новогодние традиции россиян наследием ЮНЕСКО. РИА Новости. Эл. ресурс. URL: <https://ria.ru/20191227/1562913938.html>.

Иванова В. В ЮНЕСКО оценили идею внести оливье в список культурного наследия. РИА Новости. Эл. ресурс. URL: <https://ria.ru/20191230/1563020076.html>.

Методика классификации анимационной продукции (мультфильмов) к информационной продукции, рекомендуемой для просмотра детьми соответствующих возрастных групп. Концепция информационной безопасности детей, 2014. Эл. ресурс URL: [https://rkn.gov.ru/docs/Prilozhenie\\_4.pdf](https://rkn.gov.ru/docs/Prilozhenie_4.pdf). Дата обращения – 17.11.2019.

Мысли вслух: Элвис Пресли. Эл. ресурс. URL: <http://styleinsider.com.ua/2016/07/mysli-vsluh-elvis-presli/> Дата обращения – 20.11.2019.

Почему в список ЮНЕСКО не взяли ни оливье, ни таблицу Менделеева. BBC News. Русская служба. Эл. ресурс. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-50949451>.

Пуртова Т.В. Сохранение нематериального культурного наследия народов России как приоритет культурной политики Российской Федерации // IV Всероссийский конгресс фольклористов, 2019. Том второй. – С.124–131.

Рассадина Т.А. Трансформации традиционных русских ценностей в нравственных ориентациях россиян. Дис... д-ра социол. наук: 22.00.06. – М.: 2005. – 386 с.

Синячкин В.П. Общечеловеческие ценности в русской культуре: лингвокультурологический анализ. Дис... д-ра филол. наук: 10.02.19. – М.: Военный университет, 2011. – 646 с.

Топоров В.Н. Святость и святые в русской духовной культуре. Том 1. – М.: Гнозис, 1995.

Философское наследие Федора Достоевского. LiveLib. Эл. ресурс. URL: <https://www.livelib.ru/news/post/18000-filosofskoe-nasledie-fedora-dostoevskogo/> Дата обращения – 19.11.2019.

Эйнштейн А. Как изменить мир к лучшему. – М.: Эксмо, 2013.

AdSlogans (2001). Advertising Slogans. How To Advertise Effectively in New Era of Hypercompetition. Retrieved from [http://ventures.powweb.com/business\\_guide/////marketing\\_advertising\\_slogans.html](http://ventures.powweb.com/business_guide/////marketing_advertising_slogans.html). Accessed on 9.12.2019.

Pruitt, Sarah (2018). Don't Forget Santa's Cookies and Milk: The History of a Popular Christmas Tradition. Retrieved from <https://www.history.com/news/dont-forget-santas-cookies-and-milk-the-history-of-a-popular-christmas-tradition>. Accessed on 11.12.2019.

Vorozhbitova A.A., Yurieva A.V., Timofeyev A.V., Ignatyeva Olga V. Linguistic rhetorical ideal as a development factor of multiethnic, sociocultural and educational space in the aspect of the formation of a professional linguistic personality // European Journal of Contemporary Education, 2020, 9(1). S. 177–188.

**Лингвориторическая парадигма как исследовательская призма:  
из 9-мерности в 16-мерность и 32-мерность**

Ворожбитова Александра Анатольевна

Сочинский государственный университет, Россия  
354000, г. Сочи, ул. Пластунская, 94  
доктор филологических наук,  
доктор педагогических наук, профессор  
E-mail: alvorozhbitova@mail.ru

**Аннотация.** Лингвориторическая (ЛР) парадигма в трудах Сочинской школы получила развитие, с опорой на четверичный принцип Философии Синтеза русского космизма, из 9-мерности (с момента формирования концепции в 1992–95 гг.) в 16-мерность (с 2015 г.) и далее в 32-мерность (с 2018 г.). Наглядному и более эмоциональному усвоению титульных категориальных рядов ЛР исследовательской призмы как комплексного теоретико-методологического инструментария для изучения любых речемыслительных феноменов способствуют мнемонические приемы (схемы «Волшебная комната риторика», «речевка», «песня»), предлагаемые аспирантам и студентам.

**Ключевые слова:** лингвориторическая (ЛР) парадигма, Сочинская ЛР школа, языковая личность, полиэтносоциокультурно-образовательное пространство (ПЭСКОП), четверичный принцип, базовые ЛР тетрады, мнемонические ЛР приемы.

УДК 81-119

**Linguistic & rhetorical paradigm as a research prism:  
From 9-dimensionality into 16-dimensionality and 32-dimensionality**

Alexandra A. Vorozhbitova

Sochi State University, Russia  
354000 Sochi, Plastunskaya Str., 94  
Doctor of Sciences (Philology),  
Doctor of Sciences (Pedagogy), Professor  
E-mail: alvorozhbitova@mail.ru

**Abstract.** The linguistic and rhetorical (L&R) paradigm develops in the works of the Sochi Research School based on the quaternary principle of the Synthesis Philosophy of Russian Cosmism, from 9-dimensionality (since the formation of the concept in 1992–95) into 16-dimensionality (since 2015) and beyond 32-dimensionality (since 2018). Mnemonic techniques ("Magic Room of the Rhetorician" schemes, "a chant", "a song") offered to post-graduate and graduate students provide a clear and more emotional assimilation of the title categorical series of the L&R research prism as a complex theoretical and methodological toolkit for the study of any speech-thinking phenomena.

**Keywords:** Linguistic and rhetorical (L&R) paradigm, Sochi LR school, linguistic personality, polyethnoso-cultural-educational space (PESKOP), quaternary principle, basic L&R tetrads, mnemonic L&R techniques.

UDC 81-119

**Введение.** Лингвориторическая (ЛР) парадигма – интегративная научная призма изучения речемыслительных феноменов, различных дискурс-практик и дискурс-ансамблей, в том числе литературного дискурса-текста, а также педагогических (методических и лингводидактических) исследований по непрерывному ЛР образованию. Формирование данной концепции началось в 1992 г., после ознакомления автора со сборником обзоров ИНИОН «Неориторика: генезис, проблемы, перспективы» (М., 1987). Тогда же появились наши тезисы и статьи на пересечении риторической и антропологической проблематики, а с 1995 г. – публикации с титульным термином в названии, например: «Терминология лингвориторической парадигмы» в журнале «Терминоведение» под ред. В.А. Татарина (М., 1995. Вып. 2–3), «Лингвориторика. Программа для студентов 1 курса юридического факультета» (Ставрополь, 1995). Полностью оформились 3 категориальных ряда и 9-мерность универсальных ЛР параметров исследования: *этносоциально-мотивационно-диспозитивные, логосно-тезаурусно-инвентивные, пафосно-вербально-элокутивные*. В 2000 г. была защищена докторская диссертация по филологии, в 2002 г. – по педагогике; с этого же года стартовали защиты кандидатских диссертаций: 21 по языкознанию, 8 по педагогическим специальностям.

**Материалы и методы.** Материал – текстовый массив исследований и методических разработок, выполненных с позиций ЛР парадигмы. Методы – системный, синергетический подходы; сопоставление, типологизация, экстраполяция, аналогия, обобщение, генерализация понятий, интерпретация и др.

**Обсуждение.** ЛР теория «повернута» в обе стороны речевой деятельности языковой личности (ЯЛ): 1) мыслеречевую (продуцирование дискурса, т.е. реализация *идеоречецикла* от «мысли к речи») и 2) речемыслительную (рецепция как «вторичное продуцирование» дискурса-интерпретанты, осуществление *речеидеоцикла* «от речи к мысли»). Это комплексный теоретико-методологический инструментарий для изучения раз-

ных речемыслительных феноменов: текст, дискурс, литературное произведение, речевая коммуникация, речемыслительная культура, типологические варианты субъекта коммуникации – ЯЛ (включая постулированную нами категорию «планетарная ЯЛ») и литературной личности, система информационных, коммуникативных, дискурсивных процессов полиэтносоциокультурно-образовательного пространства (ПЭСКОП) и др.

В рамках концепции непрерывного ЛР образования продолжают конкретизироваться с учетом новых ФГОС и контингента обучающихся рекомендации по эффективному продуцированию и восприятию дискурсов разных типов на всех образовательных ступенях. Углубляется проблематика воспитания ЯЛ в критериальном поле ЛР идеала, становление сильной ЯЛ диалогического, демократического, поликультурного типа, профессиональной ЯЛ, в том числе би- и полилингвальной, самопроектирование обучающегося в качестве таковой ЯЛ. ЛР обучение родному (русскому) языку в русле речевого самосовершенствования ЯЛ; неродным языкам: иностранным; русскому языку как иностранному (РКИ), как государственному, второму государственному, как традиционному языку межнационального общения в странах СНГ.

С момента формирования концепции в 1992–95 гг. базовая терминологическая матрица ЛР парадигмы получила развитие в трудах Сочинской школы с опорой на четверичный принцип Философии Синтеза русского космизма, что повысило ее теоретико-методологический потенциал. Речь идет именно об эксплицитной фиксации категориальных рядов исследовательской призмы, которых в ядерной части было 3 ряда по 3 категории, названные во введении, затем сформировались 4 ряда по 4 категории, наконец, 8 рядов по 4 категории.

Данный процесс происходил следующим образом. В 2015 г. категориальный аппарат ЛР парадигмы был транспонирован из 9-мерности в **16-мерность**. Добавившиеся ЛР категории, за исключением двух: «София», противопоставляемая Логосу (Вл. Соловьев, С.С.Аверинцев и др.), и «уровень адекватного синтеза» в структуре языковой личности (Г.И. Богин), в нашей трактовке – «ситуативный синтез-уровень», – были задействованы в исследованиях Сочинской ЛР школы изначально, а именно: оставшиеся 5 механизмов реализации интегральной ЛР компетенции из 8. Однако они не выносились именно в «тительные» категориальные ряды, на пересечении которых формируется исследовательская призма лингвориторики.

Далее в таблице 9 ядерных категорий выделены; курсивом даны позиции, достроившие 9-мерное пространство ЛР парадигмы по четверичному принципу до 16-мерности (Табл. 1).

Таблица 1

**Лингвистические и риторические составляющие лингвориторической (ЛР) парадигмы как интегративного подхода в филологической науке: из 9-мерности в 16-мерность**

Лингвистика: язык как знаковый механизм общения и мышления		Риторика: речь – текст – речевая деятельность – коммуникация		Языковая личность – субъект дискурсивных процессов	Механизмы реализации интегральной ЛР компетенции языковой личности	
аспекты научного рассмот- рения язы- ка	семиотиче- ские ракурсы языка	этапы уни- версального идеоречевого цикла	идеология речевого поступка	аспекты научно- го рассмотрения языка	семиотические ракурсы языка	этапы универ- сального иде- оречевого цикла
историче- ский	семантика	<b>инвенция</b>	<b>Логос</b>	исторический	семантика	<b>инвенция</b>
системно- структур- ный	синтактика	<b>диспозиция</b>	<b>Этос</b>	системно- структурный	синтактика	<b>диспозиция</b>
социаль- ный	прагматика	<b>элокуция</b>	<b>Пафос</b>	социальный	прагматика	<b>элокуция</b>
психоло- гический	<i>теоантро- покосмика</i>	<i>акцио</i>	<i>София</i>	психологический	<i>теоантропо- космика</i>	<i>акцио</i>

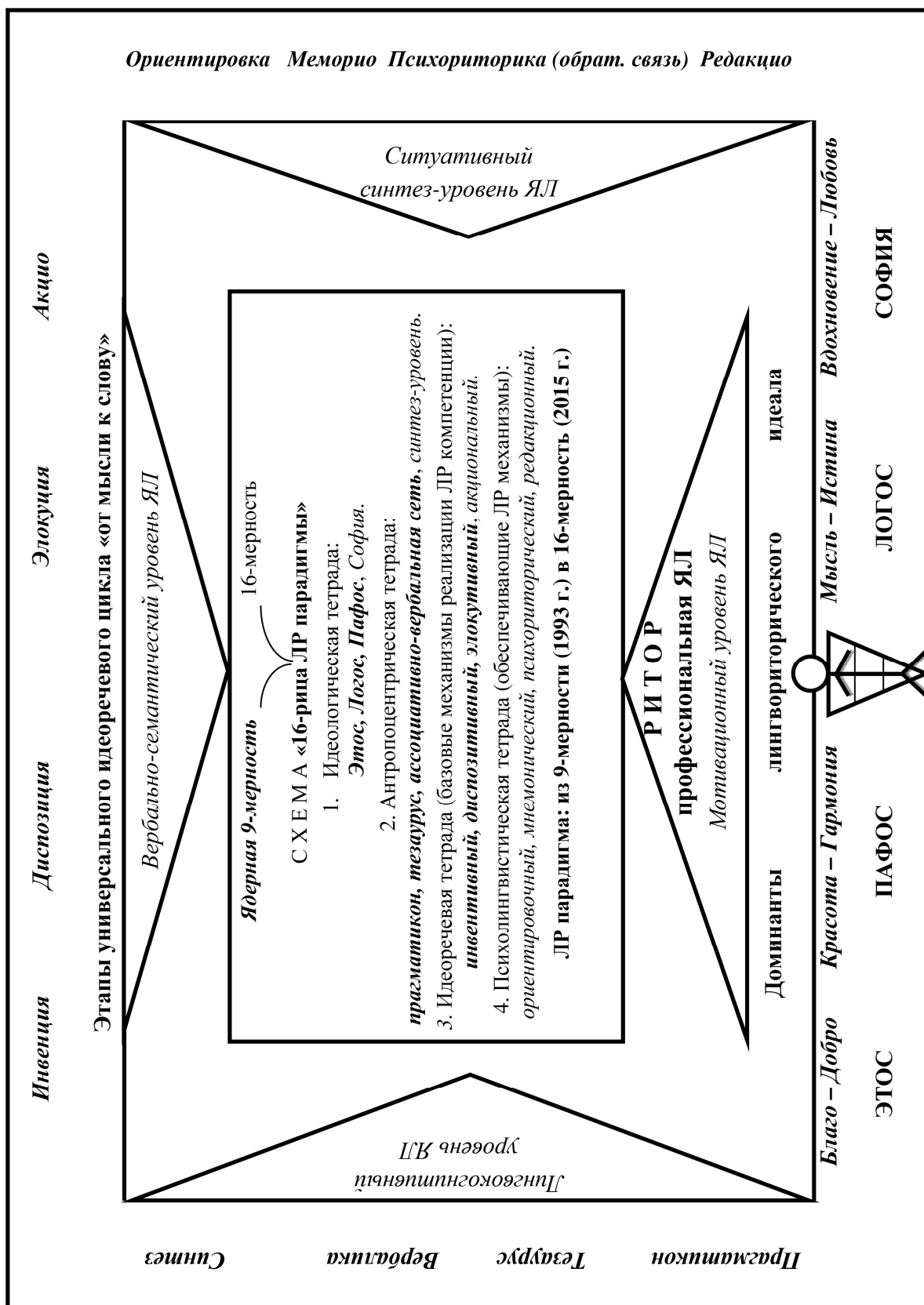
Три традиционные направления семиотики: «Знак – Действительность/Знак/Пользователь» – мы дополнили четвертым: «Знак – Высшие силы (Бог, Высший Разум, Вселенная, Космос и т.п.)», что особенно актуально при изучении религиозного и эзотерического дискурса. Четверичный принцип реализован и в корреспондировании уровней реальности и членов базовой филологической тетрады:

- 1) психофизиологический уровень – *Язык*;
- 2) психофизический уровень – *Речь*;
- 3) психосоциальный уровень – *Речевая деятельность*;
- 4) психотеоантропокосмический уровень – *Языковая личность*.

На основе 4 категориальных рядов по 4 категории формируются синергетические связки ЛР параметров:

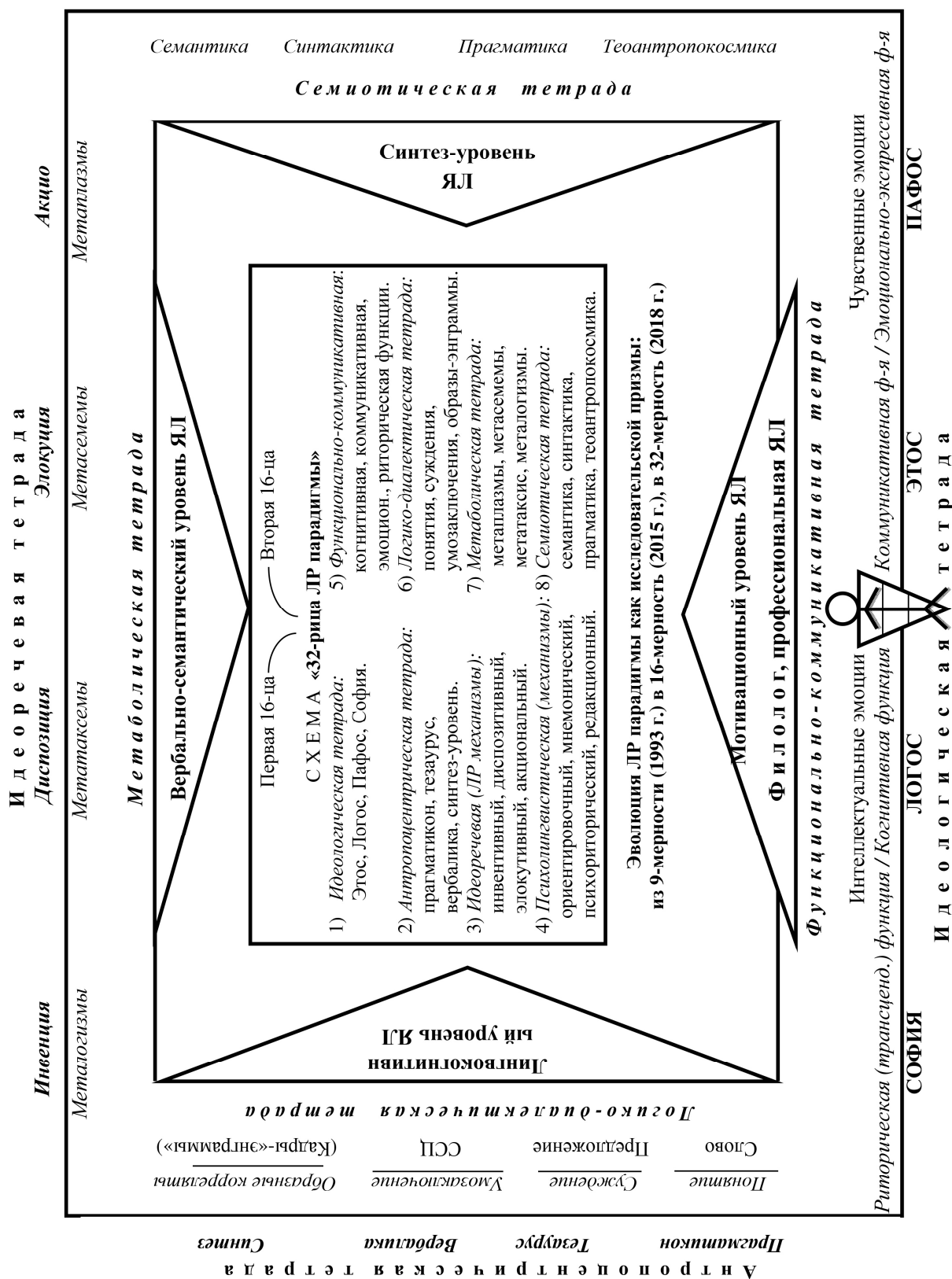
*относно-мотивационно-диспозитивно-ориентировочных,  
логосно-тезаурусно-инвентивно-психориторических,  
пафосно-вербально-элокутивно-мнемонических,  
софийно-синтезно-акционально-редакционных.*

Обеспечивающие механизмы реализации интегральной ЛР компетенции



Уровни структуры языковой личности субъекта дискурсивных процессов

Психолингвистическая тетрада  
Ориентировка Меморио Психориторика (обрат. связь) Редакцио





Напомним, что составляющие интегральной ЛР компетенции – 1) лингвистическая и 2) риторическая – включают, в расширенном виде, следующие субкомпетенции и механизмы их реализации:

1.1) собственно языковую субкомпетенцию (владение языком, его фонетикой, лексикой, грамматикой); элокутивный механизм реализации ЛР компетенции (на уровнях языковых операций: лексико-фразеологических, грамматических и др.); здесь и для всех пунктов актуальны *механизмы реализации ЛР компетенции* из подгруппы психофизиологического обеспечения: *мнемонический, редакционно-рефлексивный*;

1.2) лингвистическую (наличие систематизированных знаний об устройстве языка, умений и навыков анализа языковых единиц – с разной степенью профессиональной углубленности и уровнем для нефилологов);

1.3) лингвосоциокультурную (оперирование представлениями в рамках данной языковой картины мира);

2.1) дискурсивно-текстовую субкомпетенцию, включая этнориторическую (при создании/восприятии текста на иностранном языке); *механизмы реализации ЛР компетенции: инвентивный, диспозитивный, элокутивно-экспрессивный* (на уровнях текстовых действий: тропических и фигурных – с применением изобразительно-выразительных средств языка и речи);

2.2) коммуникативную, включая этнокультурно-речевую (в ситуации иноязычного, межнационального, межконфессионального общения); *механизмы реализации ЛР компетенции: ориентировочный, акциональный, психориторический*;

2.3) теоретико-риторическую (знание риторических основ текстопорождения и текстовосприятия, психологических условий эффективной коммуникации, владение практическими рекомендациями для целенаправленного применения в своей повседневной речевой практике).

В 2018 г. ряд категориальных триад, на которые мы также опирались уже в докторском диссертационном исследовании, были достроены по четверичному принципу. Расширение и углубление системы категориальных фиксаций до 8 конститутивных дискурсивных тетрад: *идеологической, антропоцентрической, идеоречевой, психолингвистической, функционально-языковой, логико-диалектической, метаболической, семиотической* – ознаменовало переход универсальных ЛР параметров в **32-мерность**.

Далее на примере выполненного в ряде работ ЛР анализа дискурс-практик сферы литературно-художественной коммуникации схематически обобщенно реконструируем художественный идиодискурс, его индивидуальное преломление в структуре профессиональной языковой и литературной личности писателя.

Таблица 2

«Лингвориторический портрет» писателя как языковой и литературной личности

ЛР параметры литературной личности (ЛЛ)	ЛР параметры дискурсивно-текстообразующего процесса (ДТ процесс)
<p>1. <i>Ядерный сегмент – уровни структуры ЯЛ:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вербально-семантический уровень (ассоциативно-вербальная сеть);</li> <li>- лингвокогнитивный (тезаурус);</li> <li>- мотивационный (прагматикон);</li> <li>- синтезирующий (ситуативного синтеза).</li> </ul> <p>2. <i>Сегмент профессиональной ЛР компетенции, ее субкомпетенций, механизмы реализации:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- преддиспозитивно-ориентировочный;</li> <li>- инвентивно-парадигматический;</li> <li>- диспозитивно-синтагматический;</li> <li>- элокутивно-экспрессивный;</li> <li>- редакционно-рефлексивный;</li> <li>- мнемонический;</li> <li>- акциональный (письмо; зачитывание авторского текста вслух – для себя; для публики);</li> <li>- психориторический (обратная связь).</li> </ul> <p>3. <i>Идеоречевой сегмент как свойственный ЛЛ тип идеоречецикла:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прозаический («прямой», классический, рациональный);</li> <li>- поэтический («обратный», неклассический, эмоциональный);</li> <li>- верлибреский («центрирующий»);</li> <li>- маргинальный (с прозаической или поэтической доминантой).</li> </ul> <p>4. <i>Сегмент «риторского статуса» как ориентация на литературный идиодискурс:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- социально значимый;</li> <li>- этически ответственный.</li> </ul> <p>5. <i>Сегмент «художественно-литературного статуса»:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- эстетическая ценность дискурс-текста;</li> <li>- специфика диалектического соотношения ЛЛ как субъекта речи и «образа автора».</li> </ul>	<p>1. <i>Авторская интенция</i> как пусковой механизм ДТ процесса.</p> <p>2. <i>Реализация интенции в ДТ процессе:</i></p> <p>а) <u>динамический дискурсивный аспект:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- воплощение Этоса, Логоса, Пафоса в их Софийном синтезе на всех этапах универсального идеоречевого цикла «от мысли к слову»:</li> <li>- преддиспозиция; - инвенция; - диспозиция;</li> <li>- элокуция; - мемория; - редакцио; - акцио</li> </ul> <p>– благодаря базовым подфункциям риторической метафункции языка:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- когнитивной, коммуникативной,</li> <li>- эмоционально-экспрессивной –</li> </ul> <p>реализующимся в единицах мыслеречи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятие (слово), - суждение (предложение),</li> <li>- умозаключение (ССЦ);</li> <li>- образных коррелятах (картинках-энграммах)</li> </ul> <p>– с помощью приемов эффективной мыслеречевой деятельности, лево- и правополушарной, в том числе <i>метабо</i> разных типов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- металогизмы, - метасемемы,</li> <li>- метатаксемы, - метаплазмы;</li> </ul> <p>б) <u>статический текстовый аспект:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- парадигматика (идиолект);</li> <li>- синтагматика (идиостиль);</li> <li>- «эпидигматика» (идиодискурс);</li> <li>- синергетика/«энергетика» (психоэнергетические импликации интенционального спектра).</li> </ul> <p>Инвентивно-диспозитивный каркас и его элокутивное наполнение в их акциональной реализации (прозаический тип идеоречецикла);</p> <p>Метаболическая инвенция в форме тропов и фигур, синкретически порождающая в акцию творческого вдохновения также диспозицию и элокуцию дискурс-текста (поэтический тип идеоречецикла).</p>

Чтобы помочь аспирантам и студентам в усвоении титульных категориальных рядов ЛР парадигмы, мы составили 2 схемы «Волшебная комната ратора» (вход посередине и 4 стены с базовыми категориями), «речевку» и «песенку», используя их как **мнемонические ЛР приемы**. Проговариваем или поем хором, глядя на текст (до его запоминания) и на схему, подключаем к зрительному, слуховому, речевому каналам также кинестетический: жестикуляция, взмахи руками по смыслу стиха. Например: «Оратора (*руки прижаты к груди*) и публики (*руки перед собой разведены, «обнимают» воображаемую публику*) единая (*ладони обхватывают друг друга*) фактура»; «Моей (*руки прижать к груди*) мыслеречи – высшая (*взгляд и руки вверх*) стихия»; «Взаимопроникающие, излечивающие (*соединяем ладони, скрещиваем пальцы*) во имя ораторской (*руками «обнимаем публику»*) этики (*руки прижаты к груди*)» и т.д.

При перечислении наименований категорий по четыре взмаха руки указывают на каждую, фиксируя ее пространственное положение в зависимости от расположения на той или иной «стене» в представляемой внутренним взором «Волшебной комнате ратора». Это своего рода «ЛР куб созидания», который профессиональная ЯЛ всегда «носит с собой» и «включает» в момент публичного выступления, важного официального разговора, на научных конференциях и семинарах; в режиме внутренней речи – в процессе научных изысканий, при написании статей и параграфов квалификационных работ, изучая специальную литературу и т.д.

#### Мнемоническая речевка «16-рица ЛИНГВОРИТОРИКИ»

*Этос и Пафос, Логос и София –*  
Моей мыслеречи высшая стихия!

Языковая личность – есть уровни структуры,  
Оратора и публики единая фактура:  
*Прагматикон, тезаурус, вербалика и синтез!*  
Способностям вашим радуюсь,  
На благо людям мой принцип.

Этапы канон риторический  
На службу оратору дал.  
Четыре механизма базовых –  
Начало всех начал:  
*Инвенция и диспозиция,*  
*элокуция и акцио –*  
Я в вашей живу юрисдикции,  
В мыслеречи не будет стагнации!

Механизмы есть и обеспечивающие,  
С базовыми – в синергетике.  
Взаимопроникающие, излечивающие –  
Во имя ораторской этики:

*Ориентировочный и мнемонический –*  
Арсенал мой страховочный и провидческий.  
*Обратная связь – психориторический:*  
С людьми не терять контакт эпизодически.

*Редакционный механизм – мой верный страж:*  
По ходу коррективы – всегда совет мне дашь!

*Этос и Пафос, Логос и София –*  
Моей мыслеречи высшая стихия! –

#### Мнемоническая песенка «32-рица лингвориторической парадигмы»

*(1-я тетрада – Идеологическая,*  
Действуют силы Теокосмические:  
*Этос и Пафос, Логос и София –*  
Моей мыслеречи высшая стихия!

*2-я тетрада – Антропоцентрическая!*  
Знаю все уровни языковой личности:  
*Прагматикон, тезаурус,*  
*Вербалика и синтез!*  
Способностям вашим радуюсь,  
«На благо людям!» – мой принцип!

*3-я тетрада – Идеоречевая,*  
Базу цикла «от мысли к слову» знаю:  
*Инвенция и диспозиция,*  
*Элокуция и акцио –*  
Я в вашей живу юрисдикции,  
В мыслеречи не будет стагнации!

*Психолингвистическая 4-я тетрада*  
Механизмов обеспечивающих бригада:  
*Ориентировочный и мнемонический –*  
*Редакционный и психориторический.*

*Функциональную тетраду* знаю,  
Ее Прагматиконом применяю.  
Языковые функции: *коммуникативная,*  
*Когнитивная, эмоционально-экспрессивная.*

И трансцендентная – *риторическая,*  
Дискурс мой делает она феерическим!

*6-я тетрада – Логико-диалектическая,*  
В Тезаурусе – основе языковой личности.  
*Понятия, суждения, умозаключения –*  
со словом, предложеньем, ССЦ пересечения.  
Это левополушарная триада.  
+ *Образные корреляты-«энграммы» –*  
Вот и синтез-тетрада!

*7-я – Метаболическая тетрада,*  
Ее связать с Вербаликой (АВС) нам надо.  
*Метатлазмы и метасемемы,*  
*Метатаксеммы и металогизмы –*  
Вставляйте на рабочую смену:  
Создать продуценту дискурса харизму!

На Синтез-уровне языковой личности  
*Семиотическая тетрада* в наличии:  
*Семантика, синтактика, прагматика,*  
*И теоантропокосмика –*  
Лингвориторическая теория и практика!  
Добро пожаловать в гости к нам!

*Этос и Пафос, Логос и София –*  
Нашей мыслеречи высшая стихия!

**Закключение.** Мнемонические ЛР приемы помогают аспирантам и студентам усвоить титульные категориальные ряды ЛР парадигмы как комплексного теоретико-методологического инструментария для изучений речемыслительных феноменов в рамках и фундаментальных, и прикладных исследований.

ЛР 16-мерность актуальна также для студентов-нефилологов – в аспекте речевого самосовершенствования и самопроектирования в качестве профессиональной ЯЛ в дисциплинах «Русский язык и культура речи», «Культура речи», «Риторика» и др

## Семиотический аспект изучения и описания обрядов семейного цикла

Гаврилова Татьяна Ивановна

Финансовый университет при Правительстве РФ, Курский филиал, Россия  
305016 г. Курск, ул. Ломоносова, д. 3  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: gavrilova@yandex.ru

**Аннотация.** В статье рассмотрен семиотический аспект изучения и описания обрядов семейного цикла. В данном аспекте большое значение в изучении обрядов играет их кодовый характер. Образуя единый смысл, коды придают обрядам кумулятивный характер и обеспечивают их сохранность. Будучи повторением акта творения мира в упрощенном и условном варианте, обряд способствует поддержанию гармонии между обществом и миром. Рассмотрение его структуры и значения позволяет лучше понять культуру народа, его мировоззрение.

**Ключевые слова:** культура, этнография, этнолингвистика, диалектология, семиотика, знак, ритуал, обряд, обрядовый текст, код.

УДК 81'28 (470.323)

## Semiotic aspect of the study and description of family-cycle rites

Tatyana I. Gavrilova

Financial University under the Government of the Russian Federation, Kursk Branch, Russia  
305016 Kursk, Lomonosov Str., 3  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: gavrilova@yandex.ru

**Abstract.** The article discusses the semiotic aspect of the study and description of family-cycle rites with a special attention to their coding character. Forming a common sense, codes impart rites with a cumulative character and ensure their storage. Being a repetition of the world's creation act in a simplified and relative form, the rite helps to maintain harmony between society and the world. Its structure and meaning consideration allow to understand the nation's culture, its worldview.

**Keywords:** culture, ethnography, ethnoлингuistics, dialectology, semiotics, sign, ritual, rite, ritual text, code.

UDC 81'28 (470.323)

**Введение.** Народная культура включает в себя народный язык, говоры, народные обряды; вместе с компонентами материальной культуры они образуют единое целое. Целостность и устойчивость культуры, как отмечает антрополог и этнограф А.К. Байбурин, определяется развитостью её структур, соблюдением её носителями единообразных правил поведения и наличием коллективной памяти народа и единого мировоззрения [Байбурин].

**Материалы и методы.** Материалом послужили публикации ведущих специалистов соответствующей тематической области, а также результаты научного исследования. Методы исследования – теоретический и системный анализ, сравнительно-описательный.

**Обсуждение.** Важную роль в процессе сохранения культуры играет традиция, лежащая в основе системы социальных кодов поведения членов общества. Поведение человека представляет собой синтез нескольких таких программ: социальное положение, биосоциальная отнесенность, этнические и конфессиональные характеристики, эпохальная принадлежность [Байбурин 1993: 6]. Любой живой организм стремится оптимизировать свою связь с внешней средой и снизить уровень неопределенности в конкретной ситуации. В социальном плане таким образом регулируется общественное поведение людей: стереотипизируется план выражения и план содержания их деятельности. Внутренняя сторона стереотипа требует более сложного анализа, нежели внешняя, в виду того, что «эта сфера не ограничивается прагматическим смыслом или мотивировкой», она оказывается наполненной бытовыми, этическими, религиозными и прочими представлениями [Байбурин 1993: 9].

В большинстве обществ регулятором поведения выступают нормы и правила, унаследованные от предков и выражаемые в виде ритуалов. Как пишет В.Н. Топоров, закон предков является следствием совмещения диахронии и синхронии, при котором настоящее объясняется при помощи прошлого (мифа или мифологизированного предания) [Топоров 1988: 12–13].

Наличие коллективной памяти – важнейшее условие существования любого общества. Необходимо отметить, что принципы её организации, объем, отбор информации претерпели существенные изменения. Так, в устной культуре в информационных целях использовались окружающие предметы, которые получали знаковый характер: элементы ландшафта, части жилища, пища, утварь, одежда и т.п. Они вместе с языковыми текстами, мифами, музыкой и другими явлениями культуры, образуя единую знаковую систему, в которой каждый элемент одной знаковой системы мог иметь своим значением план выражения другой системы, формировали картину мира древнего человека. Сквозные значения обеспечивали таким образом избыточность, которая служила гарантом устойчивости и сохранения смысла. Однако нельзя не предположить «отмирание» некото-

рых элементов системы и «стирание» смысла, что требовало от общества выделения наиболее ценных фрагментов памяти и осуществления особого контроля над их сохранностью с помощью ритуала.

Изучению ритуала посвящены работы таких учёных, как Дж. Фрэйзер, А.А. Потёбня, А.Н. Веселовский, А. Ван-Геннеп, О.М. Фрейденберг, Б.К. Малиновский, В.Я. Пропп, В. Тернер, В.Н. Топоров, А.К. Байбурина.

В последние десятилетия XX века особенно интенсивно ведутся разработки в области славянских древностей, в русле этого направления особое значение получают исследования обрядов. В работах таких этнографов, как Вяч. Иванов, В.Н. Топоров обрядовые факты используются для восстановления плана содержания картины мира древних славян.

Ритуал является одним из наиболее последовательных воплощений символичности. Его основной мотив – творение мира. Как пишет В.Н. Топоров, ритуал – своего рода воспроизведение акта творения мира, необходимое для восстановления блага, утраченного к концу определенного цикла [Топоров 1988: 15]. Благодаря выполнению установленных предписаний к совершению определённых действий индивид и общество в целом находились в гармонии с окружающим миром (с членами коллектива, природными явлениями, предками).

Наиважнейшее значение ритуал получал в обстоятельствах, в которых человек переходил из одной жизненной фазы в следующую: становился зрелым (инициация), вступал в брак (свадьба), заводил детей (роды, крестины), умирал (похороны, поминки).

«Обряды, оформляющие события жизненного цикла человека» носят название семейных обрядов или обрядов жизненного цикла [Топоров 1988: 61]. Будучи обрядами перехода, они обеспечивают контроль над развитием событий и регулируют поведение индивида внутри коллектива при его переходе из одной социальной группы в другую. По замечанию А.К. Байбурина, изменение человека в физиологическом плане и стабильность его социального статуса вызывают необходимость устранить данное несоответствие.

Семейные обряды схожи по своему внутреннему содержанию для всех русских на территории юго-восточной части России, что объясняется их опорой на общеславянские представления о жизни и смерти. Однако в каждой локальной традиции эти общерусские представления могли выражаться в разных ритуальных действиях. По замечанию Н.И. Толстого, «вся народная культура диалектна»: мы можем наблюдать все ее проявления и формы в виде территориальных и внутридиалектных вариантов [Толстой 1982: 17]. Ввиду этого нами предпринята попытка анализа обрядов жизненного цикла как с общеславянских позиций, так и с учётом их вариантов, распространенных на территории Курского края.

В этнографическом аспекте обрядовая структура рассматривалась как воспроизведение трехступенчатого процесса снятия противоречий между природным и культурным (работы А. ван Геннепа, А.К. Байбурина). Первый прелиминарный этап лишает действующее лицо (роженца/новорождённый, невеста/жених, покойник) признаков прежнего статуса, возвращает к «докультурному», «природному» состоянию, отрезает от общества. На втором лиминарном этапе герой приобретает необходимые для нового положения характеристики и физические свойства. На третьем этапе главный персонаж получает новый статус через присвоенные «культурные» признаки и присоединяется к новой группе.

В семиотическом плане обряд был проанализирован как совокупность кодов: акционального, реального, вербального – трех основных и дополнительных: персонального, локативного, темпорального, музыкального, изобразительного [Тернер 1983: 27]. А.К. Байбурина, подчёркивая факты использования разнообразных знаковых систем в ритуале и изучения древним человеком мира с помощью всех пяти чувств, выделял кулинарный, визуальный, акустический, коммуникационный, пространственный коды, или аспекты [Байбурина].

Фольклорист, этнолог Н.И. Толстой предлагал рассматривать обряд как сложный текст, составленный с помощью нескольких кодов:

- акционального (код действий);
- реального (код предметов);
- вербального (код словесный);
- персонального (выполнение ритуальных действий конкретными персонажами, адресованность действий – определенным лицам);
- локативного (совершение действий в ритуально значимых частях пространства);
- темпорального;
- музыкального;
- изобразительного (изобразительные символы ритуальных предметов, пищи, одежды, утвари и т. п.)

[Толстой 1982: 27].

Все коды образуют один смысл, одно значение, «что придает многим обрядам кумулятивный характер, т.е. характер «наизывания» синонимов на один обрядовый «стержень» [Толстой 1981: 46].

Здесь уместно упомянуть работу А.К. Байбурина «Ритуал в традиционной культуре», в которой говорилось о резком увеличении количества используемых знаковых систем в ритуале [Байбурина 1993: 201]. Необходимо отметить, что этнограф в системе обрядов выделял т.н. «главный» ритуал – основной календарный обряд, представлявший акт творения мира, и его трансформации [Байбурина 1993: 18]. Таким образом, происходит не только семиотическое удвоение мира («переключение с одного вида реальности на другой» [Байбурина 1993: 201], причём, как мы уже указывали ранее, ритуальная действительность для архаического сознания – единственно истинная), но и возникает сверхсемиотичность ритуала.

Данное явление характеризуется, во-первых, тем, что в течение всего ритуала его участники находятся в центре внимания, их поведение получает особую знаковость. Это выражается интерпретацией любого их действия, которое может быть воспринято в качестве реплики. При этом рассматривается коммуникация не только между «своими», но и «чужими», получают особое внимание сообщения из сферы чужого (различного рода

приметы, предзнаменования и другие «реплики» иного мира). Стремление максимально полно понять друг друга и упомянутые сообщения диктуют необходимость задействовать все доступные каналы и средства для передачи одной и той же информации. С этой задачей связано и стремление изменить словесный язык (донецки мысль до партнера по диалогу): изменение тембра голоса, скорости речи и т. п.

Во-вторых, гиперсемиотичность ритуала связана с задейзованностью всех членов коллектива в качестве не зрителей, а как участников происходящего, с изменением не только героя ритуала, но и мира в целом.

Об этом писали А.К. Байбурин, Н.И. Толстой, В.Н. Топоров. Последний отмечал мотив «всеобщности» не только в аспекте участия всех членов общества, использования разнообразных знаковых систем (естественный язык, язык жестов, мимика, пантомима, хореография, пение, музыка и т.п.), но и в обращении ко всем «находящимся в распоряжении человека средствам восприятия, познания, прочувствования мира, его переживания» – к зрению, обонянию, слуху, осязанию, вкусу [Топоров 1988: 18]. По замечанию учёного, ритуал использует средства всех органов чувств с «сверхцелью», социализирует их и формирует с их помощью сверхсистему, в рамках которой эти средства создают новые знаковые реальности. Их появление обеспечивает устойчивость человеческого существования. В.Н.Топоров считает, что в данном случае имеет место трансформация исходных биологических и физиологических данных человека в культурно-социологические – «знак нового способа бытия» [Топоров 1988: 18].

А.К. Байбурин также отмечал факт обновления знаковости в результате полной семиотизации мира. Он упоминал о «многократных сопоставлениях различных по своей природе знаковых объектов, установлении между ними отношений сходства и различия, испытаниях возможностей каждого используемого языка», которые ведут к обновлению восприятия мира [Байбурин 1993: 202]. За счёт «рассеивания» информации по разным уровням ритуального текста, использования разнообразных знаковых систем также, по мнению этнографа, достигается и устойчивость ритуала [Там же: 202].

Таким образом, мир тестируется всесторонне с помощью всех пяти чувств. Переход от физиологического восприятия к осмыслению, а значит от биологического существования к социальному, по замечанию А.К. Байбурина, основывается на понятиях души, мысли, разума [Там же: 212].

Рассмотрение Н.И. Толстым обряда как феномена, образованного системой кодов, соотносится с трактовкой А.К. Байбурина: «Ритуал можно рассматривать и как единый текст с единым кодом, и как совокупность текстов с соответствующей совокупностью кодов» [Там же: 212]. Так, **акциональный** код Н.И. Толстого коррелирует с **операциональным** планом ритуала, о котором писал А.К. Байбурин. Понимание обоими учёными всех семиотических средств как элементов поведения соотносится с высказыванием О.М. Фрейденберг: «Всякое слово тождественно действию; всякое название есть воспроизведение действия» [Фрейденберг 1936]. Так, в ритуале мы говорим не о пище, а о ее приготовлении; не о слове, а о говорении, пении, причитании.

По мнению Н.И. Толстого, **вербальный** код при семантическом анализе обряда играет главенствующую роль ввиду своей устойчивости и клишированности [Толстой 1981: 47]. Тексты, сопровождающие обрядовые действия и предметы, дают наиболее четкую лексикографическую характеристику обряда или его частей. К таким текстам относят:

- монологи – заклинательные, просительные, благопожелательные, императивные (отгонные, приглашительные и т.п.);
- диалоги (вопросно-ответные и т.п.), комментирующие высказывания, выкрики;
- песенные сопровождения (к ритуальным танцам, обрядовым действиям) и т.п.

Н.И. Толстой отмечал, что трехкодовая обрядовая структура иногда может становиться двухкодовой или же получать еще большее наложение смыслов в виду того, что допускается небольшое варьирование межкодовых или внутрикодовых «синонимов» [Там же: 46]. В этом случае говорят об изменении как формы обряда, так и его смысла в целом или в отдельных его частях. При этом реконструкция смысла подразумевает поиск не единого назначения символа, а некоторого возможного ряда таких назначений.

А.К. Байбурин в структуре ритуала выделял кулинарный, визуальный, акустический, коммуникационный, пространственный коды или аспекты. Уделялось внимание и таким чувствам, как осязание, обоняние и вкус.

Для анализа обряда, по мнению научного сотрудника Центра типологии и семиотики фольклора РГГУ Новик Е.С., следует применять структурно-типологический метод, предполагающий рассмотрение различий между его постоянными (системными) и изменяемыми (варьируемыми) элементами [Новик: Электронный ресурс].

Итак, минимальной единицей ритуала выступает символ. В. Тернер указывал на три параметра символа: экзегетический, операциональный и позиционный. Первый означает интерпретацию символа самими исполнителями ритуального действия: его объяснительную силу и внутреннюю логичность. Операциональный параметр подразумевает анализ операций, осуществляемых с ним. Здесь получают внимание и невербальные аспекты поведения, и ритуализованная речь (формализованные молитвы или заклинания). И, наконец, третий характеризует отношения данного символа с другими [Тернер 1983: 41]. Как отмечал антрополог, «ритуальные символы многозначны, т.е. каждый символ выражает не одну, а сразу много тем посредством одного и того же осязаемого объекта или деятельности» [Там же: 35]. При этом под темой им понималось некое положение, регламентирующее поведение и деятельность индивида в обществе. Условия для выражения тем создает ритуал, выражаются они в символах.

Важным моментом в системе является существование так называемых доминантных символов, которые отличаются чрезвычайной многозначностью и центральным положением в каждом ритуальном акте. Однако в каждом отдельном акте реализуется лишь некоторая часть семантического богатства такого символа. Имея набор

референтов, он отсылает лишь к одному из них или группе в зависимости от контекста символических объектов, действий, жестов, вербального поведения и социальных отношений между исполнителями ритуальных ролей.

Таким образом, внимание привлекается к существенному/существенным в данной ситуации референту/референтам.

Одним из признаков семантической структуры в ритуальном контексте выступает поляризация референтов символа. В. Тернер отмечал, что выбор определённой темы из совокупности тем символа возможен за счёт семантической оппозиции составляющих последнего [Тернер 1983].

Доминантный символ, являя собой набор фундаментальных тем и появляясь во многих ритуалах, даёт носителям культуры представление о ценностях, законах, образцах поведения. Понимание и осознание достигается за счёт вовлечённости членов коллектива в целый ритуальный цикл, в котором темы составляют различные комбинации в каждой из ситуаций.

Логично предположить существование других символов, помимо доминантных. В классификации В. Тернера они получили название *инструментальных*. Большинство данных символов являются однозначными и зависимыми от доминантных. Однако некоторые становятся «простыми знаками отношения или функции, поддерживающими ход ритуального действия», такими как поклоны, омовения, очищения и предметы, указывающие на соединение или разъединение [Тернер 1983: 36].

Сочетание нескольких символов в ритуальном контексте позволяет выявить «новые грани полного значения» того или иного символа [Там же: 37]. В. Тернер писал о возможности функционирования символов аналогично частям речи в некотором сообщении, в котором можно установить условные правила их соединения [Там же: 37].

Как отмечал Н.И. Толстой, значение двух или более символов может нейтрализоваться или они могут использоваться или же не использоваться в разных диалектах ввиду различия синтагматических связей. Парадигма выстраивается не на основании одного, установленного в одном конкретном акте обряда, а на базе «множества фиксаций, множества систем, множества однородных обрядов» [Толстой 1995: 74]. Важный критерий – реальная парадигма предмета: для «именных» парадигм (существительных и прилагательных) характерны реальные (предметные) символы, для «глагольной» – акциональные. Существенно отметить, что здесь присутствует принцип бинарной оппозиции. Так, парадигма свойства символического предмета может состоять, например, из ряда антонимических пар.

На основе конечного числа парадигм символов, где указывается их облик, значение, функционирование, сочетаемость, обязательность или факультативность в том или ином обряде, Н.И. Толстой предлагал установить так называемую «грамматику славянских обрядов» [Толстой 1995: 76]. Такого рода словарь содержит компоненты обрядового «синтаксиса» и представляет большой интерес для этнографов [Там же: 76].

**Заключение.** Таким образом, обряд представляет собой текст, составленный с помощью нескольких кодов. Образуя единый смысл, коды придают обрядам кумулятивный характер и обеспечивают их сохранность.

Итак, традиция – фундамент народной культуры. Её сохранение обеспечивается выполнением обрядовых действий, несущих в себе элементы коллективной памяти народа. Будучи повторением акта творения мира в упрощённом и условном варианте, обряд способствует поддержанию гармонии между обществом и миром. Рассмотрение его структуры и значения позволяет лучше понять культуру народа, его мировоззрение.

#### Библиография

- Байбурин А.К. Ритуал в традиционной культуре: Структурно-семантический анализ восточнославянских обрядов. – СПб, 1993. – 280 с.
- Гаврилова Т.И. К вопросу о взаимосвязи ритуала, обычая, обряда // Известия ЮЗГУ. Серия: Лингвистика и педагогика, 2014, №3. – С. 22–26.
- Геннеп А., ван. Обряды перехода. Систематическое изучение обрядов / Пер. с франц. – М.: Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 1999. – 198 с.
- Новик Е.С. Фольклор – обряд – верования: опыт структурно-семиотического изучения текстов устной культуры. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/novik2.htm>
- Тернер В. Символ и ритуал [Текст] / Сост. В. А. Бейлис и автор предисл. – М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1983. – 277 с.
- Толстой Н.И. Вербальный текст как ключ к семантике обряда [Текст] // Структура текста-81. Тезисы симпозиума. М., 1981. – С.46-47.
- Толстой Н.И. Некоторые проблемы и перспективы славянской и общей этнолингвистики // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – М., 1982. – Т. 60. – № 5. – С. 397–405.
- Толстой Н.И. Язык и культура // Н.И. Толстой Язык и народная культура. Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике. – М., 1995. – С. 15–26.
- Толстой Н.И. Из «грамматики славянских» обрядов [Текст] // Язык и народная культура: Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике. – М.: Издательство «Индрик», 1995. – С. 63–78.
- Топоров В.Н. О ритуале. Введение в проблематику // Архаический ритуал в фольклорных и раннелитературных памятниках. – М.: Главная редакция восточной литературы, 1988. – С. 7–64.
- Славянские древности: Этнолингвистический словарь В 5-ти томах/ Под общей ред. Н.И.Толстого. – Т.4: П (Переправа через реку) – С (Сито) – М.: Международные отношения, 2009. – 656 с.
- Фрейденберг О.М. Поэтика сюжета и жанра [Текст]. – Л., 1936. – 237 с.
- Шульгина Н.П., Бугаенко, Н.П. Антропоцентрическая лингвистика как теоретическая база разработки понятия «региональная языковая личность» // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика, 2015, №1. – С. 19–24.

Лингвориторический портрет национальной политической элиты

<sup>1</sup>Есенова Тамара Саранговна

<sup>2</sup>Есенова Галина Борисовна

<sup>1</sup>Калмыцкий государственный университет, Россия  
358000, г. Элиста, ул. Пушкина, 11  
доктор филологических наук, профессор  
E-mail: esenova\_ts@mail.ru

<sup>2</sup>Калмыцкий государственный университет, Россия  
358000, г. Элиста, ул. Пушкина, 11  
аспирант  
E-mail: esenova\_gb@gmail.com

**Аннотация.** В статье показано, что устная публичная речь национальных политиков на русском языке строится с соблюдением всех требований политического текста. Она эмоциональна, выразительна, логична, последовательна, синтаксически и лексически разнообразна. Достижению цели общения способствуют и стратегии самопрезентации, представленные тактиками отождествления и солидаризации. Отличительной фонетической особенностью речи отдельных политиков, обусловленной влиянием родного языка, является полумягкое или твердое произношение [r] перед гласными переднего ряда.

**Ключевые слова:** национальная политическая элита, лингвориторический портрет, Республика Калмыкия  
УДК 808.5

Linguistic rhetorical portrait of the national political elite

<sup>1</sup>Tamara S. Esenova

<sup>2</sup>Galina B. Esenova

<sup>1</sup>Kalmyk State University, Russia  
358000 Elista, Pushkin Str., 11  
Doctor of Sciences (Philology), Professor  
E-mail: esenova\_ts@mail.ru

<sup>2</sup>Kalmyk State University, Russia  
358000 Elista, Pushkin Str., 11  
Post-graduate Student  
E-mail: esenova\_gb@gmail.com

**Abstract.** The paper finds that national politicians' oral public speech in the Russian language complies with all the requirements of a political text. It is emotional, expressive, logical, consistent, syntactically and lexically diverse. The goal of communication is achieved by self-presentation strategies implemented by identification and solidarity tactics. A distinctive phonetic feature of individual politicians' speech is the semi-soft or hard pronunciation of [r] before front vowels due to the influence of the native language.

**Keywords:** national political elite, linguistic rhetorical portrait, Republic of Kalmykia

UDC 808.5

**Введение.** Современные политические тексты отличаются от соответствующих текстов советского времени не только идеологическим содержанием и реализующими доминанту средствами, но и своей персонифицированностью, «печатью» личности автора текстов, а также эмоциональной окрашенностью. Они отражают не только мысли автора по поводу тех или иных событий, но и содержат эмоции политика, из них можно составить представление о живом человеке. Определенный научный интерес представляет языковая личность представителей политической элиты (президент РФ, главы регионов, депутаты ГД ФС РФ и т.п.). В последние годы публичные политические речи видных политиков анализируются регулярно. Так, исследовались тексты таких политиков, как В.Ф. Жириновский, Г.А. Зюганов, В.С. Черномырдин, Б.Н. Ельцин и др. Однако наибольшее количество научных работ посвящено текстам В.В. Путина: рассматривались языковой [Ковтунова 2018] и речевой портрет [Алышева 2012; Мальманова 2014], особенности предвыборного дискурса [Урузалиева 2014], пейоративная лексика [Фирсова 2018] и др. особенности данного политика. С позиций лингвориторической парадигмы были охарактеризованы речевые портреты вождей – идеологов большевизма [Кегеян, Воробитова 2011].

**Материалы и методы.** К сожалению, в лингвистике языковой личности региональных элит не уделяется достаточное внимание, не анализируется речевое и коммуникативное поведение данной группы говорящих, не рассматривается влияние национального языка и культуры на публичное общение национальных элит на русском языке, хотя такие попытки предпринимаются [Азиева 2014; Медведева 2018]. Между тем, официальная публичная речь общественных деятелей, представляющих национальные элиты, представляет большой лин-

гвистический интерес именно сочетанием в личности национального и общероссийского компонентов. Объектом нашего исследования является телевизионная и радиоречь общественных и политических деятелей Республики Калмыкии. Анализировались устные публичные выступления общественно-политических деятелей Республики Калмыкии на русском языке, записанные в прямом теле- и радиоэфире в 2003–2004 гг., 2016–2017 гг. в г. Элисте, общий объем – около 2000 словоупотреблений. Далее после расшифровки записей был проведен лингвистический анализ текстов с использованием методов слухового, лексико-семантического, лингвостилистического, синтаксического и лингвокультурологического.

**Обсуждение.** Проанализированные тексты свидетельствуют о большом риторическом опыте авторов публичных выступлений, в целом владении «правильной и культурной» речью [Иванчук 2005]. Во всех случаях налицо основные особенности, свойственные массово адресованным текстам: публичная направленность, официальный характер, последовательное стремление к достижению коммуникативной цели.

О культуре устной речи можно судить, прежде всего, по фонетическим характеристикам, таким как реализация фонем в соответствии с орфоэпическими нормами, правильное акцентное и интонационное оформление речи. В этом отношении в анализируемых текстах нами не отмечены грубые нарушения фонетических норм. Характерны свойственные современному русскому литературному языку орфоэпические особенности: произнесение буквенного чт как [sht], чн как [shn], редукция гласных в безударных позициях и т.п. Единственной фонетической чертой, маркирующей речь наших авторов и выдающей их этническую принадлежность, на наш взгляд, является произнесение полумягкого или твердого согласного [r] на месте мягкого русского согласного [rʲ]: [rɛ]дприятия, [rɛ]спубликанский, [rɛ]зидент, [rɛ]дупредить, от[rɛ]монтировали (характерно произнесение последующего гласного как [e] вместо орфоэпического [i]). Следует отметить, что такое произнесение не является регулярным, в отдельных случаях отмечается и нормативное произнесение данного согласного: п[rʲi]длагали, п[rʲi]дставители и т.п. На свойственное представителям калмыцкой интеллигенции произнесение полумягких на месте русских мягких согласных фонетисты обратили внимание давно. Данную особенность можно объяснить влиянием фонологической системы родного языка, для которого не характерны мягкие согласные фонемы [Есенова 2018: 236]. При этом у калмыков чаще всего вызывает ошибку произнесение мягкого [rʲ], тогда как остальные русские мягкие согласные произносятся без отклонений от стандарта.

Основу проанализированных нами текстов составляет официально-деловая, общественно-политическая лексика и фразеология: *парламент, президент страны, органы исполнительной власти, оппозиция, федеративные отношения, авторитет России на международной арене, свобода вероисповедания, права и свободы, законодательный орган, аграрный сектор, федеральные структуры, плюрализм, Конституция РФ* и т.п. Так как Республика Калмыкия является аграрной, то многие тексты имеют сельскохозяйственную направленность. Это обуславливает присутствие следующих слов и словосочетаний: *скот, численность поголовья, овцы, сельхозпроизводители, государственная закупочная компания, закупка и реализация сельхозпродукции, аграрии, единый республиканский заказ на закупку мяса и другой сельскохозяйственной продукции* и т.п.

Большое внимание в выступлениях политиков уделяется духовной сфере. В текстах, в которых освещается религиозная тематика, присутствует буддийская лексика, например: *Тело Тулку Ринпоче* (глава буддистов Калмыкии), *заказывать молитвы, буддисты, молился за благополучие буддистов республики* и т.п. Тематика текста обуславливает и определенную сдержанность, безэмоциональность изложения, для подобных текстов не характерна экспрессивно окрашенная, оценочная лексика.

В текстах, посвященных особым памятным событиям, широко представлена книжная лексика: *достояние истории, воля и решимость, сплотиться, процветающая республика, во имя прогресса и процветания, ибо, воля, великая и сильная Россия, творить добро, наша общая судьба, на благо родного Отечества* и т.п. Разнообразная лексика иноязычного происхождения (*санкции, популизм, плюрализм, псевдопопулизм, демагогия*) так же характерна для речи региональных политиков.

Вместе с тем обращает на себя внимание то, что в речи присутствуют штампы, придающие казенный оттенок некоторым текстам: *«предстоит в полной мере осмыслить, дать должную оценку, говорить с полной уверенностью, проявив высокую гражданскую ответственность, отдали подавляющее большинство голосов, поступательное движение вперед, по поводу общей стратегической линии развития, соответствующими основополагающим нормам истинной демократии, пытается объяснить некими нарушениями в ходе голосования и тому подобными вещами, обеспечививую предписанный законом должный порядок, с максимальной ответственностью, к вопросу охраны, решительно и безоговорочно пресекать любые несанкционированные мероприятия и антиобщественные действия, на которые толкают отдельные группы граждан, некоторые безответственные политики».*

Оценочные слова и стилистически сниженная лексика, встречающаяся в речи политиков, свидетельствует об эмоциональном состоянии говорящего, негативном отношении к предмету речи: *«уймитесь, из администрации позвонили и долго ругались, очередные...э-э шуточки там в Калмыкии устроили; оппозиционная трескотня».*

Фразеологизмы, присутствующие в речи политиков, имеют разговорное происхождение, некоторые представлены в модифицированном виде. Будучи помещенными в речь на общественно-политическую тему, они обеспечивают в целом тексту необходимую эмоциональность, личную оценку предмету речи: *«сами народы России никому не позволяют размахивать после драки кулаками, голословно бросать тень на работу республиканской избирательной комиссии, мнение горстки заблуждающихся и сбившихся с дороги выдать за мнение всего народа республики».*

Экспрессивность текстов создается не столько сочетанием иноязычных средств, сколько сочетанием однородных членов: *«жить в мире и согласии во имя прогресса и процветания, раскатать обую лодку, деста-*



*билизовать обстановку, внести раскол и разлад в нашу жизнь, решительно и безоговорочно пресекать любые несанкционированные мероприятия и антиобщественные действия, народы Калмыкии вместе с президентом страны, вместе с другими народами нашей Родины намерены строить великую и сильную Россию, средство достижения корыстной цели, псевдопопулистская демагогия и порядком всем надоевшая оппозиционная трескотня, сохранять выдержку и спокойствие, свидетельством сплоченности нашего общества, преобладания в нем здоровых позитивных начал, это радует, вдохновляет и обнадеживает, за активность, мудрость и ответственность, двигаться вперед, строить новую жизнь и творить добро, это наш общий путь, наша общая судьба».*

К стилистическим средствам достижения наибольшей эмоциональности, используемым в речи региональных политиков, можно отнести метафоры («*лишь карта в политической игре, раскачать общую лодку, на грани политической гибели*»), риторические вопросы («*Кто может этому помешать?*»), вопросно-ответные конструкции: «*Кто может поставить под сомнение правильность этого выбора? – Только лишь самые безответственные люди, для кого нет ничего святого*». Последние из приведенных средств усиливают выразительность речи, подчеркивают ее полемичность.

Для достижения коммуникативной цели политики часто используют лексику с высокой степенью положительной оценки (*самый, очень, много, многие, прекрасно, красивая, большая, высокую, украшают, увеличиваетя, выполняется, радует; широкий, значительный, подлинное, правильный, истинной, окончательно, заново*), которая также создает повышенный экспрессивный фон выступлений.

Безусловно, для восприятия текста немаловажное значение имеет то, как политик обращается к аудитории. Региональные политики прибегают к разным средствам, создающим семантику единства (*уважаемые сограждане, земляки, уважаемые земляки, дорогие соотечественники*). Местоимения первого лица, глаголы в личной форме, персонифицируя текст, также эмоционально окрашивают речь политиков: «*я прошу, я призываю, я хочу еще раз поблагодарить, я как гражданин России поддерживаю нашего президента и прошу жителей, я буду голосовать за партию «Единая Россия», я надеюсь, что наш народ изберет достойных, я позвонил Черномырдину, я ключи от сейфа отдавал, подумал, что я шучу, сердечно поздравляю вас с праздником, желаю всем жителям*».

Национальные политики прибегают к стратегии самопрезентации посредством тактик отождествления и солидаризации. Суть тактики отождествления заключается в демонстрации символической принадлежности к определенной социальной группе, в выступлениях национальных политиков – народу Калмыкии: «*наш строительный жилищно-коммунальный комплекс, наша республика, наш город, наш народ, наши деньги, наш калмыцкий новый год, нашего государства, наша страна, наши инвесторы, наших специалистов, для наших молодых людей, для нашего населения, наши аграрники, численность нашего поголовья, по нашим степям, наше мясо, наших сельхозпроизводителей, нашей сельхозпродукцией, у наших соседей, касались нашего сельского хозяйства, наши избиратели Республики Калмыкия, наш депутат, нашего общества, наш общий выбор, наша общая судьба, нашей Родины, наши правоохранительные структуры* и т.п. Такое использование местоимений способствует восприятию политиков «своими» в глазах аудитории.

Тактику солидаризации чаще всего политики реализуют путем употребления в речи местоимения «мы» («*сегодня мы посмотрели, мы сегодня убедились, мы надеемся, нам всем еще предстоит, мы знаем, мы тут / это / эксперимент проводим, мы приедем на открытие, мы были в Юстинском районе*»). Региональные политики отождествляют себя с республикой, правительством, о чем свидетельствует употребление словосочетания «руководство республики»: *нам, руководству республики, у нас, руководителей республики*.

К сожалению, в речи региональных политиков отмечаются неточности и неправильности в словоупотреблении: «*Геннадий Васильевич Кулик э-э передавал (вместо поднимал) вопросы...; встала (вместо возникла) проблема, куда девать наше мясо; инвестиции...продолжают идти (вместо поступать) в нашу республику, дают (вместо предлагают) низкие цены за мясо; отдавали (вместо передавали) власть*». Отмечены «негладкие» конструкции («*сейчас по нашим степям ходит полтора миллиона овец; по нашим степям проезжают многие перекупики; когда численность нашего поголовья оставалась только пятьсот тысяч*»). Встречаются самоперебивы («*будет ра-рассчитана; создают доп-дополнительные рабочие места; уже могут планировать э-э себе э-э...как они...какое количество нужно*»); самоисправления неверного начала фразы («*наши аграрники...аграрии; э-э мы сейчас будем единый республиканский заказ / то есть будет э-э существовать республиканский заказ; что инвестиции продолжаются... продолжают идти в нашу республику*»).

Влиянием разговорной речи объясняется дублирование темы высказывания («*швейная фабрика / она будет рассчитана; строительство промышленных объектов / оно осуществляется; строительный жилищно-коммунальный комплекс также / он не потеряет темпа; строительный комплекс / он как был авангардом...*»), что способствует выделению семантически важного участка речи и экспрессии. Встречаются неоправданные повторы: «*большая трагедия у наших соседей / и мы выражаем... соболезнование нашим соседям; сейчас по нашим степям ходит...// обидно, что по нашим степям проезжают*».

Синтаксическая структура текстов представлена сочетанием разных типов предложений при доминировании простых двусоставных конструкций. Не отмечены безличные и неопределенно-личные предложения, что подтверждает персональный характер текстов региональных политиков.

**Заключение.** Таким образом, устная публичная речь национальных политиков на русском языке строится с соблюдением всех требований политического текста, а значит, те коммуникативные цели, которые ставит перед собой политик, достигаются. Она эмоциональна, выразительна, логична, последовательна, синтаксически и лексически разнообразна. Лексическую основу составляет общеупотребительная межстилевая лексика, которая сочетается с общественно-политической, экономической, сельскохозяйственной терминологией. Эмо-

циональную окраску текстам придают оценочные, книжные, иностранные слова и выражения, разговорный стиль, а также вопросно-ответные конструкции, метафоры, риторические вопросы, обращения. Отличительной фонетической особенностью речи отдельных политиков, обусловленной влиянием родного языка, является полумягкое или твердое произношение [r] перед гласными переднего ряда. Достижению цели общения способствует и стратегия самопрезентации, представленная тактиками отождествления и солидаризации. Хотя в целом речь строится с соблюдением норм русского литературного языка, имеются отдельные нарушения норм, снижающие качество речи. Сознательная целенаправленная работа политиков над качеством своей речи, безусловно, будет повышать эффективность речи, а значит, повышать статус общественных и политических деятелей, олицетворяющих собой народ и Республику Калмыкию.

#### Библиография

- Азиева Э.С. Речевой портрет Р. А. Кадырова // Известия Дагестанского государственного педагогического университета, 2014. – № 4. – С. 70–74.
- Альшиева Ю.С. Речевой портрет В.В. Путина // Вестник Волгоградского государственного университета, 2012. – № 2. – С. 171–174.
- Гаврилова М.В. Когнитивные и риторические основы президентской речи (на материале выступлений В.В. Путина и Б.Н. Ельцина). – СПб.: Издательство СПбГУ, 2004. – 295 с.
- Дементьева М.К. Языковая личность политика // Вестник МГОУ, 2011. – № 2. – С. 72–78.
- Еремина С.А. Речевой портрет политика // Современная политическая лингвистика. – Екатеринбург: Издательство Уральского государственного педагогического университета, 2003. – С. 195–198.
- Есенова Т. С. Русский язык в Калмыкии. – Элиста: Издательство Калмыцкого университета, 2018. – 358 с.
- Иванчук И.А. Риторический компонент в публичном дискурсе носителей элитарной речевой культуры: автореф. дис. ... докт. филол. наук: 10.02.01. – Саратов, 2005. – 65 с.
- Кегеян С.Э., Ворожбитова А.А. Лингвориторические параметры политического дискурса (на материале текстов идеологов большевизма): монография. – Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2011. – 156 с.
- Ковтунова Т.А. Языковой портрет современного политического деятеля (на материале синтаксических средств речей В.В. Путина) // Современные исследования в филологии, лингводидактике и журналистике. – Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2018. – С. 133–145.
- Мальманова А.А. Речевой портрет В.В. Путина как представителя элитарной речевой культуры // Жанры русской словесности. – Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2014. – С. 84–89.
- Медведева Н.Е. Речевой портрет политического лидера как инструмент мягкой силы // Научные исследования и разработки. – М.: Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2018. – С. 24–29.
- Паршина О.Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России. – Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2004. – 96 с.
- Урузгалиева Э.К. Особенности предвыборного дискурса В. Путина // Жанры русской словесности. – Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2014. – С. 75–79.
- Фирсова М.А. Пейоративная лексика в речи В.В. Путина // Современные исследования в филологии, лингводидактике и журналистике. – Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2018. – С. 229–234.

О языковом символизме и этимологических проекциях культуры

Ионесов Владимир Иванович

Самарский государственный университет, Россия  
443010, г. Самара, ул. Фрунзе, 167  
доктор культурологии, кандидат исторических наук, профессор  
E-mail: acdis@mail.ru

**Аннотация.** Предназначение языка – выражать и организовывать мысль и регламентировать отношения людей друг с другом. Неозначенная словом реальность делает её недоступной для человека. Непроименованный мир находится вне нашего видения и культурной досягаемости. Мы видим то, что замечаем, и замечаем то, что выражено для нас в знаке, образе, слове. Слово, несущее смыслообраз, доопределяет и кадрирует реальность, поворачивая её к человеку *позитивной* стороной. Вместе с тем, свойство слова – амбивалентность, в нём удерживаются парные противопоставления (бинарные оппозиции) и отображается драма онтологической недостаточности и антропологической незавершённости культуры. Значительная часть языковых конструкций скрывается в корневых пластах культуры и потому остаётся вне нашего видения, за пределами осознанной регистрации и понимания.

**Ключевые слова:** язык, слово, речь, имя, культура, этимология, конфликт, трансформация, коммуникация.

УДК 81.23+008

Linguistic symbolism and etymological projections of culture

Vladimir I. Ionesov

Samara State University, Russia  
443010, Samara, Frunze Str., 167  
Doctor of Sciences (Culturology), Professor  
E-mail: acdis@mail.ru

**Abstract.** The purpose of the language is to express and organize thought while regulating the relationships of people with each other. The non-verbalized reality becomes inaccessible to human beings. The non-named world is beyond our vision and cultural reach. We see what we perceive and we perceive what is coded by a sign, an image, a word. The word carrying meaning-image defines and frames reality, turning its positive side to a human being. At the same time, the word is characterized by ambivalence based on the binary oppositions, displays the drama of ontological insufficiency and anthropological incompleteness of culture. A significant part of linguistic constructions is concealed in the initial layers of culture and therefore remains outside our perception, beyond conscious registration and understanding.

**Keywords:** language, word, speech, name, culture, etymology, conflict, transformation, communication.

UDC 81.23+008

Не молод очень лад баллад, –  
но если слова болят  
и слова говорят про то, что болят  
молодеет и лад баллад.  
*Владимир Маяковский*

**Введение.** Интерес к проблеме семиосферы языка отмечается и в ряде публикаций, посвященных культурологическому и социально-философскому исследованию художественно-речевых и стилистических манифестаций культуры в контексте постмодернистской реальности и переходного общества [Бодрийяр 2000, 2002; Бычков 2003; Ворожбитова 2013; Делёз 2004; Деррида 2000; Ионесов 2016, 2018; Черных 2006; Vorozhbitova, Issina 2013; Vorozhbitova, Potapenko 2013]. Как отмечает В.В. Бычков «Сегодня, очевидно, что культура в целом и все её основные компоненты находятся в процессе некоего глобального перехода в какое-то *принципиально иное* состояние, основные характеристики которого остаются совершенно неясными» [Бычков 2003: 7]. Возникает необходимость прояснения места и роли языка в этом трансформационном процессе. Быть может, именно с языка как универсального коммуникативного комплекса, начинается возрождение культуры и её устойчивое развитие. Обоснование некоторых символических и культурно-этимологических особенностей языка в коммуникативной системе культуры и является целью данной статьи.

**Материалы и методы.** Культура позиционируется как знаковое поле или культурно-исторический текст для исследовательских и социально-проектных практик. Важно определить границы и приемы понимания этимологических значений языковых и коммуникативных смыслов культуры в компаративистском измерении и с учётом теоретических установок культурно-этимологического анализа языковых концептов культуры. Обращение к методу культурно-этимологической реконструкции расширяет возможности интерпретации исторических сюжетов и восприятия корневых значений лексем и ценностей культуры.

**Обсуждение.** В слове дана *позитивная* манифестация жизни, то есть то, что нами понимается и распознаётся. Язык может быть определен как способ самовыражения культуры [Полушкин, Михелькевич, Ионесов 2004]. Это означает также, что язык есть область выразимого, различаемого. Выразимое – это отвоёванный у хаоса порядок, или окультуренное невыразимое. Но язык культуры выражает не всю жизнь как таковую, а лишь её распознаваемые и различаемые части. Вместе с тем значительный массив языковых конструкций скрывается в корневых пластах культуры и потому остаётся вне нашего видения, за пределами осознанной регистрации и понимания.

Кроме того, слово обрывает и фрагментирует реальность, останавливает и консервирует время и, тем самым, выражает действительность только через тот знак/образ, который задан её языковой структурой. Слово не только там, где реальность заполнена смыслообразом, но и там, где есть какая-то пустота, незавершенность, недостаточность. У каждого слова, как и у всего в культуре, есть две стороны. Если на острие всякого слова лежит нечто завоёванное, выразимое и оформленное, то на хвосте висит всегда нечто отсутствующее, невыразимое, недостающее. В самом деле, слово там, где нам чего-то не хватает. Мы говорим: «Иди сюда» или «Дай книгу», и в том и в другом случае мы хотим с помощью словесных обращений снять какую-либо дефициентность, недостаточность, нехватку [Ионесов 2009].

В известном выражении «Язык есть зеркало культуры» содержится показательный намёк на то, что язык – это не прямое отображение культуры, а именно зеркальное, обратное, противоположное изображение истинного положения вещей. Казалось бы, нет ничего более точного, пунктуального, реалистичного и более близкого отображения, чем то, что отражается от предмета в зеркале. Однако следует признать и другое. Нет ничего более далекого и противоположного, нежели то изображение предмета, которое отражается от него в зеркале. Хотя именно изображение, смотрящее на нас в зеркале, мы и принимаем за самое истинное наше визуальное отображение. Когда мы смотрим на себя в зеркало, мы воспринимаем себя так, как видим, и реагируем на это изображение как на самую настоящую данность. Однако то, что мы видим в зеркале, обратно противоположно тому, что мы есть и что зеркало отражает. Ведь наша левая рука становится в зеркале правой, движение назад, отображается как вперёд и т.п. Зеркальное отражение можно определить как возможность умножения реальности и как демонстрацию парных противоположностей. Таким образом, язык как зеркало культуры выступает средством бинарного позиционирования культурной реальности, которое позволяет нам рассмотреть культуру более объёмно как со стороны того, что она отображает, так и со стороны того, что в ней отображается. Иными словами, «то, что мы видим, и то, что смотрит на нас» [Диди-Юберман 2001]. Но что лежит на негативной стороне языкового пространства? Что находится там, за горизонтом выразимого в слове культурного смысла?

Если язык есть нечто *выразимое*, то бинарной противоположностью языка является нечто *невыразимое*. Если язык есть зеркало культуры, то в языке отображается бинарная противоположность культуры, то есть то, что лежит по ту сторону культурной реальности или то, что бросает ей вызов. Здесь язык выражает не столько присутствие, сколько отсутствие культурной возможности, но это выражение отсутствующего не может осуществляться иначе как средствами присутствующего, т.е. наличествующего, актуализированного бытия. Если культурные объекты/вещи есть схваченные и артикулированные человеком природные сущности, то язык есть выраженный в слове/знаке/образе актуальный, востребованный смысл/значение вещи. Язык есть схваченный и укрощённый хаос. Следовательно, в константах языка в определённой мере удерживается первозданный хаос и изменчивость, или так называемые *реликтовые* образования культуры.

Канализируя в культуре хаотические движения, язык тем самым нейтрализует их разрушительную силу. Проименованная опасность уже не так страшна. Страх вызывает то, что не различимо для человека – нечто безымянное и безобразное. Различить и проименовать угрозу, значит уже, в некотором роде, её обезвредить. Самая страшная опасность культуре исходит со стороны безымянного, незримого, невыразимого. Не случайно слово «*ад*» означает с греческого «*невидимое*».

Ещё один аспект обозначенной темы заслуживает внимания. Язык, явленный в слове, восполняет реальность, в которой нуждается культура. Однако способность слова удерживать в себе культурную реальность одновременно оборачивается тем, что эта самая реальность посредством слов раскалывается и дробится на части. Раскол и разобщенность идут впереди языка. Язык, явленный в слове, есть, по существу, регистрация этой разобщенности [Белкин, Ионесов 2016]. Там, где есть разобщенность, там всегда есть недостаточность. Язык, организовывая порядок и утверждая полноту жизни, одновременно выражает нужду, отсутствие чего-либо, недостаточность и дефициентность бытия [Ионесов 2009].

В этимологических экскурсах мы видим, что культура и её языковые артикуляции почти всегда ориентированы на лад и порядок. Показательно, что понятия «радость», «лад», «настроение», «счастье», «наряд», «обряд» происходят от одного этимологического корня – ряд, порядок, мир, склад, строй, благоустройство [Шанский, Иванов, Шанская 1971: 231, 300]. Тогда как *раз-лад*, *рас-строй*, *не-с-частье* фиксируют состояние разединения, неупорядоченности и расстройств. В этой связи, историко-этимологическое значение слова «счастье» выражается нарративом «своя часть, соединённая с другими», то есть здесь всё та же ориентация на упорядочивание и собирательный настрой. Преодоление человеком открытости и неспециализированности возможно лишь через свободу, иными словами, через обретение, *доопределение* и собирание самого себя. Примечательно, что слово «свобода» образовано суффиксальным способом от той же основы, что и др.-прусс. *subs* «сам, собственный», «особенность», «особа», «свой». и т. п. [Фасмер 1987 (т. 3): 582–583]. Иначе говоря, в *свободе* подтверждается принадлежность человека самому себе.

Показательно также, что слова «целить», «исцелять», «целебный» образованы от той же основы, что и *целый* [Шанский, Иванов, Шанская 1971: 484]. Всякая болезнь есть нарушение целостности. То есть здоровый

понимается как целый, так же как исцеление есть восстановление целостности. В этом же ряду усматривается этимологическое соответствие прилагательного «целебный» с существительным «цель». Не случайно такие человеческие качества, как бесцельность и безволие часто служат симптомами недомогания и болезни. Обретение цели и наличие воли есть терапевтические признаки выздоровления человека. Можно также сделать вывод о том, что бесцельное существование – самый короткий путь к депрессии и неврозам, тогда как волевая устремленность даже к самой непростой цели способствует выздоровлению и высокому тону жизни.

В этой связи можно указать на то, что одно из первоначальных значений слова «боль» (от др.-исл. *bol*) определяется как «вред, несчастье» [Черных 2006: 102]. Это весьма показательно, поскольку человек испытывает боль только в состоянии *разрыва, разъ-единения, не-с-частиа*, то есть отрыва части от целого. Тогда как всякое исцеление в конечном счете есть преодоление, снятие боли, то есть *вос-со-единение*, восстановление целостности, *с-частиа*, то есть соединение части с целым.

Все эти различные, но связанные с общекультурным субстратом лексические образования и их этимологические значения выражают темы нескончаемого антропологического раскола и социальной драмы в бытии культуры и одновременно неистового порыва к собиранию человека/человечества и преодолению экзистенциальной пропасти онтологического отчуждения. Отсюда потребность в нагнетании *порядка* и целостности, ярко отображённая в лексических конструкциях, художественных образах и метафорах [Рузер-Браунинг, Ионесов 2018].

Так, в культурологическом значении понятие «мир» обретает свою семантическую завершенность, объединяясь со словами «истина», «добро», «красота» и «свобода». Слово «мир» общеславянского происхождения образовано посредством суффикса *-рь* от той же основы, что и *милий*. В свою очередь слово «*милий*» находит соответствия в балтийских языках (например, литовское “*mielas*” – *милий, любимый* или “*meile*” – *любовь*). Считается, что оно образовано от той же основы, что и латинское “*mitis*” – *нежный* и древнеиндийское “*mayas*” – *радость, удовольствие* [Шанский, Иванов, Шанская 1971: 266]. То есть *мир* в своём смысловом значении фиксирует в себе установку на поддержание полноты жизни, удовлетворения, достатка, целостности, *порядка* и *радости*.

Смысловое содержание понятия «мир» дополняет этимологическое значение слова *друг*. *Друг* – родственно литовскому “*draugas*” – *спутник, товарищ* и “*sudrugti*” – *присоединиться*; древнепрусскому “*draugiwaldunen*” – *сонаследник*; древневерхненемецкому “*trucht*” – *отряд воинов, свита*; англосаксонскому “*dreogan*” – *достигать, добиваться*. Сравните *другой* от *друг друга, друг другу*, родственно словенскому и польскому *drug* – «второй» [[Шанский, Иванов, Шанская 1971]. То есть *друг* также выражает момент связи, присоединения, прибавления, достатка [Ионесов 2013].

С точки зрения бинарной соподчинённости весьма показательны этимологические значения слова *враг*. *Враг* происходит от древнерусского слова “*vorog*”. Родственно литовскому “*vargas*” – *беда, нужда* [Фасмер 1986 (т.1): 352, 360]. Одно из этимологических значений связывается с латинским глаголом “*urgere*” – *теснить, угнетать* [Шанский, Иванов, Шанская 1971: 95]. То есть *враг* выражает момент конфронтации, нужды, потери, отрыва, недостаточности, лишения. Мы говорим о враге там, где есть момент культурного разрыва, который угрожает обществу/человеку потерей жизненно важных ценностей, нарушает безопасность и благополучие.

**Заключение.** Таким образом, культурное пространство есть структурированная система коммуникативной соотносимости идей, слов и действий, выраженной в языке как знаково-смысловом комплексе бинарных оппозиций. Культура выражает себя через язык. Язык формирует в культуре необходимое знаковое пространство, делающее мир видимым, осмысленным, различимым и узнаваемым. В языке сосредоточены все значимые ценности и категории культуры. Именно язык выступает главным хранителем социальной памяти и является универсальным «музеефикатором» культурного смысла, но одновременно и главным нарушителем спокойствия. С помощью языка культура вторгается в хаос и собирает на его «территории» необходимые компоненты для социального миропорядка. Данное свойство языка позволяет нам узнать о том, что находится за пределами осознаваемой (видимой) культуры – в этом его великое методологическое и социокультурное значение.

### Библиография

Белкин А.И., Ионесов В.И. Коммуникация в контексте сознания и социодинамики культуры // Известия Саратовского университета. Новая серия. Акмеология образования. Психология развития, 2016. – Т. 5. – № 4. – С. 315–322.

Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М.: Добросвет, 2000. – 387 с.

Бычков В.В. Пост- // Лексикон неклассики. Художественно-эстетическая культура XX века / под ред. В.В. Бычкова. – М.: РОССПЭН, 2003. – 345–346

Ворожбитова А.А. Лингвориторическая системность парадигматики, синтагматики, эпидигматики дискурсивных процессов в аспекте категорий «концепт дискурса», «ментальное пространство», «возможный мир», «вариативная интерпретация действительности» // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2013. – № 18. – С. 50–55.

Делёз Ж. Кино. Кино1: Образ – движение. Кино 2: Образ – время. Пер. с франц. Б.Скуратова. – М.: Ад Маргинем, 2004. – 623 с.

Деррида Ж. О. грамматологии. – М.: Ad Marginem, 2000. – 512 с.

Диди-Юберман Ж. То, что мы видим, то, что смотрит на нас. – СПб.: Наука, 2001. – 263 с.

Ионесов В.И. Концепты войны и мира в гуманитарном знании: некоторые возможные интерпретации // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки, 2013. № 2 (20). – С. 48–55.

Ионесов В.И. Культурный процесс как предвосхищение бытия и дополняющая определённости // Креативная экономика и социальные инновации, 2016. Т. 6. № 2. – С. 74–87.

Ионесов В.И. О словотворчестве как трансформации культуры // Восьмые Азаровские чтения. Библиотека. Культура. Общество Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / под ред. И.Ю. Акифьевой. – Самара, 2018. – С. 134–140.

Ионесов В.И. Язык как культурная реальность: возможности трансформации // Аспирантский вестник Поволжья. 2009. № 12. – С. 20–23.

Полушкин И.А., Михелькевич В.Н., Ионесов В.И. Диалоговые технологии гражданского образования. Монография. Самарский науч. Центр Российской Акад. Наук [и др.]. – Самара, 2004. – 174 с.

Рузер-Браунинг У.М., Ионесов В.И. Искусство как опыт преобразования культуры // Восьмые Азаровские чтения. Библиотека. Культура. Общество Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / под ред. И.Ю. Акифьевой. – Самара, 2018. – С. 184–189.

Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. Т.1-4. – М.: Прогресс, 1986–1987.

Шанский Н.М., Иванов В.В., Шанская Т.В. Краткий этимологический словарь русского языка. – М.: «Промсвещение», 1971. – 542 с.

Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. – М.: Русский язык – Медиа, 2006.

Vorozhbitova A.A., Issina G.I. Systemness of terminological triads "mentality – mindset – mental space", "concept – text concept – discourse concept": linguo-rhetoric aspect // European Researcher. – 2013. – № 4-3 (47). – С. 1014–1018.

Vorozhbitova A.A., Potapenko S.I. linguistic & rhetorical paradigm as innovative theoretical methodological platform of studying discursive processes of east slavic and western cultures // European Researcher. – 2013. – № 10-2 (61). – С. 2536–2543.

**Реализация связи понятий, идей, действий при создании ментальных карт в курсе «Основы сетевого педагогического общения» в контексте теории коннективизма**

Ладыженская Наталия Вениаминовна

Фрилансер, Россия  
119607, г. Москва, ул. Раменки, 16–125  
Кандидат педагогических наук  
E-mail: natlad2015@gmail.com

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы создания ментальных карт при обучении. Для обоснования применения ментальных карт автор ссылается на педагогическую теорию коннективизма и психологическую теорию ассоциативного мышления. В статье приводятся примеры использования ментальных карт при обучении магистрантов в курсе «Основы сетевого педагогического общения» в системе магистерской подготовки.

**Ключевые слова:** коннективизм, обучение, ментальные карты, сетевое педагогическое общение, магистранты.

УДК 808.5+378

**Connecting concepts, ideas, actions while creating mental maps within the course "Fundamentals of network pedagogical communication" in the context of connectivism theory**

Nataliya V. Ladyzhenskaya

Freelancer, Russia  
119607 Moscow, Ramenki Str., 16–125  
Candidate of Sciences (Pedagogy)  
E-mail: natlad2015@gmail.com

**Abstract.** The article discusses the creation of mental maps in the course of teaching. To justify the use of mental maps, the author draws on the pedagogical theory of connectivism and the psychological theory of associative thinking. The paper provides examples of the use of mental maps in teaching the course "Fundamentals of network pedagogical communication" to master students.

**Keywords:** connectivism, teaching, mental maps, network pedagogical communication, master students.

UDC 808.5+378

**Введение.** В настоящее время некоторые педагоги называют коннективизм теорией обучения в условиях информационного общества. Они согласны с основным положением этой теории: «обучение – это процесс создания сети. <...> Узлами могут быть люди, организации, библиотеки, веб-сайты, книги, журналы, базы данных или любой другой источник информации. <...> Обучение, происходящее в нашей голове, есть формирование внутренней нейронной сети» [Коннективизм: Электронный ресурс].

Не умаляя значения создания и поддержания информационных связей между социальными участниками сети, базами данных и т.д. в обучении, подчеркнем значение целостного представления школьниками и студентами содержания и структуры изучаемого предмета. Желательно, чтобы сеть их представлений существовала не только в виде некоторых сведений по изученным фрагментам знаний, ссылок на ресурсы интернета, некоторого контента, создаваемого обучаемыми в процессе поиска и анализа информации, общения с коммуникантами с использованием современных информационных технологий и т.д. Важно представить эту связь в виде некоторой «карты» понятий, терминов, действий, взаимосвязей между ними, которые описывают определенную область знаний.

**Материалы и методы.** Курс «Основы сетевого педагогического общения» был разработан мною. Создавая этот курс, я опиралась на исследования под руководством Е.С. Полат [Полат 2004] в области дистанционного обучения (я работала в лаборатории дистанционного обучения Академии педагогических наук), а также на работы Т.А. Ладыженской [Ладыженская 2013], [Ладыженская 1998], посвященные обучению общению (в том числе педагогическому). При преподавании этого курса мною были использованы методы и приемы: лекция, демонстрация компьютерных презентаций, беседа, проблемная задача, мозговой штурм, семинар в offline режиме (с помощью платформы, называемой «электронный кампус»), метод проекта, реализация ментальных карт. В этой статье я подробнее остановлюсь на использовании ментальных карт в обучении.

Технология создания ментальных карт [Бьюзен 2007], [Бершадский 2009] помогает обучаемым лучше осмыслить структуру и связь изученных сведений по предмету, воспроизводить их в памяти, использовать при необходимости. Кроме того, создание этих карт позволяет развить умения системного мышления, творческие способности.

**Обсуждение.** При развитии информационного общества людям приходится воспринимать и осмысливать огромный поток информации, структурировать ее, принимать решения на основе большого объема сведений разного характера. Именно поэтому современное образование в мире и России направлено в большей степени на развитие умений работать с информацией – выделять главное, структурировать ее, представлять в нагляд-

ной, иногда образной форме, для лучшего восприятия, осмысления, запоминания. Эта необходимость овладения навыками работы с информацией: восприятием и созданием информационных текстов в различных форматах, в том числе в цифровой среде, с учетом назначения информации и ее целевой аудитории отражена, например, в новом Стандарте среднего образования.

Важность целостного представления знаний в современных условиях связана и с тем, что школьнику и студенту приходится иногда самостоятельно изучать большой объем материала, ориентироваться в нем, создавать собственные знания на основе своего опыта, коммуникации, предлагаемых для изучения дополнительных ресурсов и т.д.

В этой статье я поделюсь своим опытом применения педагогической и информационной технологии, которая поможет обеспечить связи между нейронами в человеческом мозге, создать «карту» терминов, идей и взаимосвязей изучаемого предмета. Такой технологией является реализация ментальных карт (карт понятий, mind-map). Эта технология основана на теории ассоциативного мышления, следовательно, ментальные карты помогают лучше понять и структурировать изучаемый материал, легче запоминать и использовать его при необходимости. Именно поэтому в настоящее время представляется актуальной разработка методик применения этих карт в обучении.

Эта технология была использована мной при преподавании курса «Основы сетевого педагогического общения» в системе магистерской подготовки по кафедре «Педагогические и информационные технологии в образовании» МЭСИ. Содержание работы преподавателей этой кафедры в основном было посвящено обучению будущих педагогов дистанционного обучения.

Кратко охарактеризуем технологию реализации ментальных карт. Впервые проблема построения системы понятий была рассмотрена Д. Озьюбелом [Ausubel 1960]. Он предложил использовать графические схемы, в которых содержатся ключевые понятия, находящиеся в узлах сети и соединенные стрелками – связями с указанием вида каждой связи (например, следствия, вида, рода, свойства, функции и т.д.). Его идеи получили развитие в работах многих ученых, в том числе Д.Новака и Т.Бьюзена [Бьюзен 2007], в которых говорится об упорядочении понятийных структур в сознании человека, предлагается технология создания ментальных карт. Ментальная карта – это графический инструмент для представления знаний. Ее можно рассматривать как граф, причем узлами графа являются термины, а ребрами графа (т.е. линиями) являются связи между терминами.

Назовем основные особенности реализации ментальных карт:

1. Иерархическое отображение данных. Наиболее общие понятия располагаются выше, другие – ниже.
2. Смысловые связи между компонентами карты могут быть разными.
3. Средства выразительности (размеры и цвет букв, линий; шрифты) должны быть уместными; размещение информации – оптимальным.
4. Использование образов должно пояснять значение терминов.
5. Иногда компоненты карты могут содержать гиперссылки (на файлы с текстами, картинками, аудио, видео или веб-сайты).

Технология применения ментальных карт на разных этапах обучения подробно рассмотрена в статье М.Е. Бершадского [Бершадский 2009].

При изучении магистрантами моего курса «Основы сетевого общения» им были предложены три задания по составлению интеллект-карт (по двум частям курса и содержанию проекта). Опишем технологию этой работы для карты «Педагогическое сетевое общение». Предварительно отметим, что основные положения этого курса базируются на идеях Т.А. Ладыженской [Ладыженская 1998, 2013] – создателя курсов педагогической и школьной риторики.

Для магистрантов мной были отобраны ключевые понятия по этой части курса, даны возможные смысловые связи. (Успех этой работы во многом зависит от того, насколько сам преподаватель осознает связь терминов, идей и действий.)

Обучаемые могли предварительно ознакомиться с информацией для составления карт, выложенной на электронном кампусе, осмыслить ее. Задача магистрантов – составить ментальную карту (на занятии). Это было контрольной работой, а в качестве домашнего задания было предложено изобразить карту с помощью специального программного обеспечения (предоставляемого в сети бесплатно).

Отметим, что магистранты успешно справились с этой работой, им понравилась такая форма проведения контрольного мероприятия, которая отличалась от стандартных тестов. К сожалению, условия предоставления статей не дают возможности представить в виде рисунка созданную магистрантом ментальную карту. Поэтому опишем карту «Сетевое педагогическое общение» в виде текста.

Сетевое педагогическое общение (1 уровень) складывается из следующих компонентов (2 уровень): цели и задачи данного курса; личность преподавателя (кто преподает), личности обучаемых (кому преподается).

Безусловно, сетевое педагогическое общение базируется на выбранной технологической платформе (2 уровень). Оно должно соответствовать эргономическим требованиям (2 уровень).

Цели и задачи сетевого обучения в обобщенном виде можно представить как получение знаний и умений: в рамках существующих образовательных программ; для сдачи соответствующих экзаменов на присвоение квалификационной степени или сертификата (аттестата); в сфере дополнительного (в том числе послевузовского) образования (3 уровень). Преподаватель должен обладать соответствующим образованием, необходимыми психологическими характеристиками и ИКТ-компетенциями (3 уровень). Необходимо учитывать также такие характеристики учащихся, как их возраст, уровень обученности, психологические особенности (3 уровень).



От всех вышеперечисленных элементов зависит компонент что (содержание курса и занятия) и как преподается (формы взаимодействия преподавателя и обучаемого). Это 4 уровень.

Эти формы взаимодействия могут осуществляться с помощью лекций и семинаров (в online или offline режимах) (5 уровень), а также с помощью реализуемых учащимися жанров (5 уровень).

На 6 уровне представлены названия этих жанров: реферат, тезисы, дискуссия, доклад, отчет, отзыв и т.д.

Созданные магистрантами ментальные карты были включены в другую обобщающую работу магистрантов – «Портфолио сетевого педагога». Чтобы представить содержание этого портфолио, они разработали ментальную карту. Это портфолио являлось результатом проектной деятельности в течение всего курса (при работе в малых группах 2–3 человека). Содержание проекта е-портфолио (электронного портфолио) было определено методом мозгового штурма на одном из первых занятий после постановки проблемной задачи, представления проблемной ситуации (прием на работу будущего сетевого педагога по конкурсу). Проект выполнялся по этапам, по мере изучения материалов курса.

По мнению магистрантов (и преподавателя) в е-портфолио сетевого педагога должны входить как минимум следующие компоненты (файлы):

- титульная страница (название, автор, учебное заведение, специализация, группа, год создания);
- аннотированное содержание портфолио;
- ссылки на полезные образовательные ресурсы в Интернете с их кратким описанием, возможно, на открытые дистанционные курсы;
- ссылки на Интернет-ресурсы по психологическому тестированию с краткими аннотациями;
- самые значимые фрагменты лекций, презентаций, схемы, таблицы по теории и практике сетевого педагогического общения (возможно, ссылки на интернет-ресурсы);
- примеры занятий, размещенных в сети; ссылки на блоги, сайты, самостоятельно созданные для обучения (с аннотациями);
- ссылки на материалы по дизайну, эргономике для сетевых курсов;
- самоанализ содержимого портфолио (аннотация или рецензия на самого себя);
- внешняя рецензия от другой группы;
- внешняя рецензия от преподавателя;
- дипломы, сертификаты (сканированные), показывающие достижения магистрантов в области ИКТ-технологий.

Портфолио оформлялось в виде обычной папки с файлами или может быть размещено на сайте, в блоге и т.д.; выполнено с разными элементами дизайна. Важно, что магистранты создали продукт практической направленности, который может быть востребован самой жизнью.

Безусловно, приемы и задачи реализации ментальных карт могут быть различными, например, для представления структуры выполняемой работы (проекта).

Однако приведенные примеры использования технологии ментальных карт не охватывают все возможности их применения. В общем, их можно разделить на две группы, по использованию: 1) обучаемыми (индивидуально или при групповой работе); 2) преподавателями.

Учащиеся могут применять эту технологию при ознакомлении с материалом, конспектировании, повторении, систематизации и обобщении изученного, а также при рефлексии.

Педагоги могут использовать технологию реализации ментальных карт при изложении материала, организации групповой деятельности (дискуссия, мозговой штурм и т.д.), при обобщении и систематизации, контроле, а также при рефлексии.

**Заключение.** Таким образом, реализация ментальных карт помогает обучаемым систематизировать и обобщить свои знания, развить умения анализа и системного мышления, творческие способности. А педагогам использование этой технологии позволяет не только более наглядно, в запоминающейся форме представить материал курса, но также корректировать и контролировать процесс усвоения материала учащимися, расставить верные акценты. Представленная в статье технология поможет преподавателю повысить эффективность обучения.

#### Библиография

- Бершадский М.Е. Применение технологий "Concept Maps" и "Mind Maps" для повышения уровня информационной компетентности обучаемых/ Педагогические технологии, 2009. – № 2. – С. 20–53.
- Бьюзен Т. и Б. Супермышление / Пер. с англ. Е.А. Самсонов. 4-е изд. – Мн.: Попурри, 2007. – 304 с.
- Коннективизм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [letopisi.ru/index.php](http://letopisi.ru/index.php) / Коннективизм
- Ладыженская Т.А. Обучение общению: методика школьной риторики. Учебное пособие для педагогов, студентов педвузов, преподавателей и слушателей системы повышения квалификации / Т.А. Ладыженская, Н.В. Ладыженская, З.И. Курцева и др. под ред. Т.А. Ладыженской. – М.: Баласс, 2013. – 144 с.
- Педагогическое речеведение: Словарь-справочник. Изд. 2-е, испр. и доп. / Под ред. Т.А. Ладыженской и А.К. Михальской; сост. А.А. Князьков. – М.: Флинта, 1998. – 312 с.
- Теория и практика дистанционного обучения: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Е.С. Полат. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 416 с.
- Ausubel, D.P. (1960). The use of advance organizers in the learning and retention of meaningful verbal material. *Journal of Educational Psychology*, 51. – P. 267–272

## Игра дискурсов: Терминолог против Терминатора

Маслов Юрий Всеволодович

Белорусский государственный экономический университет, Беларусь  
220670, г. Минск, Партизанский проспект, 26  
кандидат педагогических наук, доцент  
E-mail: maslove@tut.by

**Аннотация.** В материале постулируется необходимость управления качеством научно-педагогического дискурса. Особое внимание уделено использованию терминологии в гуманитарном (педагогическом) дискурсе. Автор сравнивает термины «творчество» и «креативность», обращает внимание на их сходства и различия. Сделан вывод о большой роли, которую призваны играть педагоги-гуманитарии в воспитании речевой культуры всех категорий обучающихся.

**Ключевые слова:** педагогический дискурс, речевая культура, творчество, креативность.

УДК 378.14.015.62

## The game of discourses: Terminologist against Terminator

Yuri V. Maslov

Belarussian State Economic University, Belarus  
220670 Minsk, Partizansky Prospect, 26  
Candidate of Sciences (Pedagogy), Associate Professor  
E-mail: maslove@tut.by

**Abstract.** The paper postulates the necessity of managing the quality of scientific pedagogical discourse with a special attention to the use of terminology in the humanitarian (pedagogical) discourse. The author compares the terms *creativity* and *creative abilities* paying heed to their similarities and differences making a conclusion about the role of teachers of humanitarian subjects in developing speech skills in all types of learners.

**Keywords:** pedagogical discourse, speech culture, creative abilities.

UDC 378.14.015.62

**Введение.** Речевая культура личности – важнейшее качество, позволяющее быть активно-творческим субъектом родной культуры. Подобное утверждение одинаково применимо практически ко всем культурам. Для русскоязычной культуры сегодняшнего дня оно вдвойне актуально. Проблематика воспитания речевой культуры на всех уровнях системы непрерывного образования никогда ранее не имела такой системной значимости. А это значит, в свою очередь, что возрастает роль речевой культуры педагогов – особенно педагогов высшей школы – как фактора воспитания и развития. Вывод прост: если перед системой образования ставится задача воспитания речевой культуры, это касается всех субъектов образовательного процесса. Решение задачи в немалой степени зависит от того, насколько точным и ясным является профессиональный педагогический дискурс.

Здесь есть множество нерешенных проблем. Одна из них связана с тем, что актуальный русскоязычный педагогический дискурс находится под мощным воздействием англоязычного, что приводит к появлению в научных и методических публикациях большого количества новых терминов. Такая «терминология» подобна Терминатору из одноименной серии голливудских блокбастеров, поскольку ее ничем и никак не «вытравить» из текущей научной периодики. Терминатора может одолеть лишь искусный и опытный Терминолог, но отдельные усилия в этом направлении пока не имеют решающего успеха. Однако для будущего русскоязычной гуманитарной науки исключительно важно, чем все-таки окончится историческая битва Терминатора и Терминолога.

Одним из «терминаторских» понятий педагогического дискурса является термин «креативность». В данной работе мы попытаемся проследить генезис данного термина и то, каким образом он соотносится с понятием «творчество».

**Материалы и методы.** Материалом исследования выступают научно-педагогические публикации на русском и английском языках, посвященные проблемам развития креативности. Сделана попытка проанализировать глубинный смысл данного понятия, а также провести диахронический анализ генезиса понятия в англоязычном и русскоязычном научно-педагогическом дискурсах, используя ряд методов: этимологический, историко-хронологический и сравнительно-сопоставительный.

**Обсуждение.** На отечественном образовательном пространстве проблематика педагогического творчества активно разрабатывалась в «золотой век» советской педагогики. Зарубежная педагогика в тот же период переживала период увлечения технологизаторством. Поскольку существенного прорыва это не обеспечило, в западной педагогике возник интерес к проблематике творчества. В работах американских психологов и педагогов замелькал термин *creativity*. Поэтому сегодня нередко можно встретить утверждения о том, что началом исследований *креативности* послужили труды Д. Гилфорда и Э. Торренса 1950-х гг.

В русскоязычных работах утвердился транслитерированный вариант *креативность*. Но от какого из двух англоязычных вариантов образован русскоязычный термин – вопрос открытый. А. Маслоу, например, использовал термин *creativity*: это видно по тексту книги «По направлению к психологии бытия» (1968) и по другим трудам. Многие другие ученые рассуждали о *creativity*. Очевидно, что это все-таки разные термины, которые различаются словообразовательными суффиксами, что придает каждому из них особый семантический оттенок.

Респектабельный словарь современного английского языка *Longman Dictionary* показывает, что термины образованы от глагола *create* (творить). Генетически англоязычные и русскоязычные термины-номинанты имеют один источник – глагол действия, обозначающий определенный *стиль, отношение к окружающему миру* и к жизни вообще. От глаголов с одинаковой семантикой образованы прилагательные: *творческий* в русском и *creative* в английском языках.

Однако уже на этой ступени словообразования проявляются некоторые различия. Сравним словарные значения прилагательных в двух языках. Согласно словарю, *творческий* – это: (1) *результативный, продуктивный*; (2) *характеризующийся новизной*; (3) *оригинальный, созидательный* [Ожегов 1984]. Тогда как *creative* – это: (1) *способный к созиданию*; (2) *характеризующийся новизной*; (3) *результативный, продуктивный* [Longman 1995].

Как видно из сопоставления, английское прилагательное отражает, прежде всего, *деятельностный* характер описываемого явления. В русском прилагательном особый акцент на результат, что, по-видимому, является дальним отголоском освященного традицией понимания творчества как некоего мистического, иррационального процесса, который никак не «поверить алгеброй». Поэтому можно с уверенностью утверждать, что слова *творческий* и *креативный* – не синонимы, поскольку в семантике акцентируются различные стороны преобразовательной деятельности.

Теперь о терминах, номинирующих явление: русско- и англоязычные термины – *творчество* и *креативность* – образованы от прилагательного, причем в русском языке словоформа только одна, а в английском – две. *Creativeness* – производное от *creative* – стоит в английском словаре первым и означает “condition, quality, or degree of being creative”, т.е. состояние, качество или *степень проявления* творческого отношения. *Creativity* – производное от того же прилагательного – занимает вторую позицию и означает “state of having a particular quality”, т.е. факт *наличия конкретного качества* [Longman 1995: 952].

Иными словами, оба термина обозначают в языке-источнике разные оттенки проявления творчества в деятельности: первый из них (тот, который предпочитал А. Маслоу) подчеркивает характерное свойство, степень проявления творчества, и его перевод может звучать приблизительно как «творческий». Это внутренне динамичный термин, поэтому переводчик книги А. Маслоу «По направлению к психологии бытия» Е. Рачкова переводит *creativity* чаще всего словосочетанием «творчество самоактуализации» [Маслоу 2002]. Что касается термина *creativity*, то он передает, в основном, *факт наличия творческого элемента*.

Но всё дело в том, что и Гилфорд, и десятки других англоязычных исследователей пользовались и пользуются именно вторым термином, хотя некоторые из них исследовали, действительно, то явление, которое мы понимаем сегодня как *креативность* (например, Э. Торренс), а другие – собственно *творчество* (Д. Гилфорд). А в современной англоязычной научно-педагогической литературе термин *creativity* может употребляться в самых разных значениях.

По-видимому, не Д. Гилфорд, а Э. Торренс (во многом, кстати, не согласный с коллегой) может считаться пионером исследований в области собственно креативности. Ведь согласно его взглядам, *creativity* следует рассматривать как *процесс роста чувствительности* к проблемам, недостаткам, информационным пробелам, недостающим элементам или нарушении гармоничности; данное свойство также связывается со способностью определить трудность (*identify the difficulty*), т.е. увидеть проблему [Wallace 1991].

Изучение работ зарубежных авторов по проблемам творчества приводит к выводу о том, что большинство из них тяготеют к агрегативному подходу: общим для них является положение, согласно которому креативность – *способность к творчеству* – выступает как совокупность тех особенностей психики индивида, которые обеспечивают продуктивность в деятельности [Психология 1990: 131]. На Западе опубликовано множество исследований, в которых эти особенности рассматриваются и каталогизируются – вплоть до выстраивания «пирамид развития таланта» и других подобных конструкций. Что касается русскоязычного научного дискурса, то одна из первых отечественных работ по проблеме креативности – статья В.Н. Козленко «Произвольная креативность личности и ее социальная инициативность». Автор подчеркивает, что главное отличие между терминами «творчество» и «креативность» в том, что последний термин подразумевает не столько процесс творчества, сколько *способность и стремление к творчеству* [Козленко 1977: 118].

В тот же период феномен изучает Л.Б. Ермолаева-Томина. Результаты проведенных экспериментов показали, что креативность связана с такими чертами деятельности, как сопротивляемость навязанному способу действий, качество интеллектуальной деятельности и биоэлектрические индикаторы свойств нервной системы. В статье «Опыт экспериментального изучения творческих способностей» автор подчеркивает, что наиболее фундаментальным качеством в общей структуре творческих способностей может оказаться именно *способность сопротивляться шаблону*; последняя проявляется в умении объединять различные варианты в один новый, выходить за рамки задания, использовать необычную форму выполнения [Ермолаева-Томина 1977: 74]. Интересно, что Л.Б. Ермолаева-Томина дает собственное толкование термина – у автора это *творческая инициатива*.

Рабочее определение креативности появилось в статье В.Н. Козленко и Р.П. Лаптевой «К вопросу отношения некоторых свойств личности, способствующих творческой деятельности учащихся». Авторы опреде-

ляют креативность как потребностно-преобразовательное отношение индивида к действительности, которое реализуется в продуктивно-преобразовательной деятельности при активном взаимодействии с объектами окружающего мира. При этом особо подчеркнуто, что креативность есть свойство интегративного характера, которое развивается в процессе деятельности и закрепляется в дальнейшем как свойство в структуре личности. Она проявляется как *способность к преобразованию и созданию* качественно нового продукта и определяет творческий стиль деятельности личности, которая обладает этим свойством [Лаптиева 1981: 100–101].

В последующие десятилетия не произошло существенных изменений в трактовке сущности креативности. Другое дело, что сам термин сделался исключительно популярным, что не могло не повлечь за собой некоторое размывание первоначально достаточно четких его очертаний.

Так, Н.Ф. Вишнякова в монографии «Креативная психопедагогика. Психология творческого обучения» повторяет известное определение: креативность есть потребностно-преобразовательное отношение личности к действительности, которое реализуется при активном взаимодействии с объектами окружающего мира и проявляется как интегральная личностная категория [Вишнякова 1995: 108]. Заметим, что в определении акцент сдвинут в сторону психологического аспекта, который рассматривается уже как *личностная* категория. Если продолжать эту линию рассуждений, то легко постулировать возможность создания модели *креативной личности*. Именно так поступает И.А. Малахова, в результате чего место творческой личности занимает личность *креативная*. Критериями и показателями в модели выступают мышление (его характеристики – беглость, гибкость, оригинальность), воображение, интеллектуальная инициатива (в качестве ее компонента называется, в числе прочих, *творческая активность*) и даже творческое самочувствие [Малахова 2002: 34]. Однако все указанные критерии и показатели носят, на наш взгляд, разнопорядковый характер.

Понятие *творческая личность* является не более, чем фигурой речи. А попытка выстроить модель *креативной личности* имеет результатом лишь слегка модернизированный агрегат разного рода характеристик. Если идти от индивидуальности – т.е. деятельностных характеристик – то ситуация не становится легче. В любом виде деятельности трудно определить момент перехода исполнительской активности – в творческую. Очевидно, однако, что творческие проявления в деятельности имеют место не сами по себе, они не спонтанны, а детерминированы комплексом факторов и причин.

С точки зрения теории познания, творчество – не просто результат деятельности. Оно является результатом проявления креативности. Именно креативность как над-деятельностное отношение «...порождает все новую и новую деятельность, раскрывая индивиду прежде всего недоступные ему уровни бытия, сдвигая шаг за шагом порог распределчиваемости» [Теория познания 1991: 154]. Но очевидно и то, что креативность как способность к творчеству формируется на фоне вполне определенного профиля личности. Это не значит, что следует пытаться построить некую модель креативной личности. Но, тем не менее, знание о психофизиологических коррелятах креативности может быть полезно при создании соответствующего психологического климата и дидактических условий.

Креативность проявляется, прежде всего, в интеллектуальной сфере. Индивиды, для деятельности которых характерна высокая степень способности к преобразованию действительности, отличаются типом мышления. В нём отмечаются такие качества, как беглость, гибкость, оригинальность. Под *беглостью мышления* подразумевается богатство и разнообразие идей, ассоциаций, установление разнообразных связей категорий (их количество и берется обычно за критерий беглости). Под *гибкостью мышления* понимается способность быстро переходить от одного понятия или способа решения к другому. Под оригинальностью подразумевается необычность, остроумность, самостоятельность и уникальность решения задачи. Оригинальность есть качественная оценка явления действия, тогда как уникальность является количественной характеристикой [Психология 1990: 134].

К интеллектуальным коррелятам креативности относятся интуиция, выдумка, предвидение, фантазия, скептицизм, критичность, высокая степень активности в мыслительной деятельности. Однако в некоторых работах креативность и интеллект, несмотря на их тесную связь, противопоставляются, исходя из того, что в отличие от интеллектуалов, которые могут решать хотя бы и сложные, но уже поставленные кем-то проблемы, креативы способны самостоятельно видеть и ставить проблемы. Таким образом, для реализации креативности нужна интеллектуальная инициативность, но сама креативность не обязательна для простой интеллектуальной деятельности. Кроме того, обширные знания, эрудиция иногда мешают видеть явление в иной перспективе, приводя к стереотипу решения. Уже готовые многочисленные навыки и способы решения задач приводят к тому, что человек уже не стремится к поиску самостоятельных, оригинальных решений [Психология 1990: 135].

Как следует из предыдущих рассуждений, креативность проявляется, прежде всего, не столько в тех или иных качествах мышления. Креативность позволяет увидеть, почувствовать новую проблему, поставить вопрос, требующий решения.

В научной литературе неоднократно отмечались также особенности восприятия, наиболее часто коррелирующие с креативностью. Разумеется, наличие тех или иных особенностей психики вовсе не гарантирует реальных проявлений креативности в деятельности. Тем не менее, для креативного индивида характерны высокая чувствительность к субсенсорным раздражителям, способность воспринимать неточности, отклонения, необычность и уникальность свойств объекта, способность подмечать связь между признаками, формально его не имеющими. Это способность воспринимать комплексно, синтетично, подмечая главное, существенное, умение видеть потенциально еще не проявившееся, освобождаться от фиксированной установки и константности, т. е. обладать спонтанностью восприятия, воспринимать самостоятельно и непредвзято.

Подобные проявления особенно часто проявляются в детстве, в период овладения родным языком. Вот Андрей Белый пишет о своем детстве в «Котике Летаеве»: это описание в прямом смысле наставление для учителей языковых предметов, поскольку это пример первичной речемыслительной креативности.

«Объяснение – воспоминание созвучий; понимание – их танец; образование – умение летать на словах; созвучие слова – сирена: – поражает звук слова: Кре-мль: ‘Кремль’ – что такое? Уж ‘крем-брюле’ мной откушан; он – сладкий; подам его в виде формочки – выступали; в булочной Севостьянова показывали мне ‘Кремль’: это – выступления леденцовых, розовых башен; и мне ясно, что – ‘кре’ – крепость выступцев (кре-мля, кре-ма. крепости), а: – м, мль, – мягкость, сладость...»

В исследованиях подчеркивается связь креативности с памятью, однако она весьма неоднозначна. С одной стороны, креативные проявления базируются на запасе знаний, определяемых направленностью интересов. С другой стороны, креативный индивид, легко забывает или совсем не может запомнить обычные для всех факты: имена, даты. В то же время малосущественная на первый взгляд деталь при отдаленных ассоциациях легко вспоминается, восстанавливая коррелятивно целостную картину общего [Психология 1990: 133].

Креативы с трудом удерживают навыки стереотипного правописания и допускают ошибки, особенно в синтаксисе и стилистике, очевидно, из-за инициативно-самостоятельного подхода, внося свое «авторское» понимание и изложение текста, часто искажая то, что уже давно формализовано в нормах и правилах. Креативы легко замечают и помнят многозначность слов, двусмысленность и подтексты предложений и нередко сами при этом изобретают или находят новые значения и трактовки, помимо привычных значений, демонстрируя свою наблюдательность и фантазию [Психология 1990: 133–134]. Такая особенность мышления может иметь весьма неоднозначные последствия для учебной деятельности.

**Заключение.** Все сказанное выше ставит перед педагогами ряд серьезных проблем, связанных с правильным определением приоритетов в деле воспитания творческой речевой культуры, развития речемыслительной креативности. Не зря В.Н. Дружинин делает вывод о том, что личность «идеального ученика», т.е. такого, который в наибольшей степени устраивает педагогов и администрацию, по всем характеристикам *противоположна* личности креативной [Дружинин 1999: 240].

Именно поэтому преподавательский корпус педагогов-гуманитариев должен в полной мере осознать степень своей ответственности за исход терминологических сражений. Задача состоит в том, чтобы в языковой подготовке всех без исключения обучающихся нашлось место и творчеству, и креативности.

#### Библиография

- Вишнякова Н.Ф. Креативная психопедагогика. Психология творческого обучения. Ч.1. – Мн., 1995. – 240 с.
- Дружинин В.Н. Психология общих способностей. – СПб.: ПитерКом, 1999. – 368 с.
- Ермолаева-Томина Л.Б. Опыт экспериментального изучения творческих способностей // Вопросы психологии., 1977. – № 4. – С. 74–83.
- Козленко В.Н. Произвольная креативность личности и ее социальная инициативность / В сб.: Организация внеклассной воспитательной работы в школе: Сборник научных статей. Выпуск 2. – Тамбов: ТГПИ, 1977. – С. 110–117.
- Козленко В.Н., Лаптиева Р.П. К вопросу отношения некоторых свойств личности, способствующих творческой деятельности учащихся / В сб.: Вопросы психологии познавательной деятельности учащихся средней школы и студентов: Межвузовский сборник научных трудов. – М.: МГПИ, 1981. – С. 100–106.
- Малахова И.А. Развитие личности. Способность к творчеству, одаренность, талант: Пособие для педагогов. В 2-х ч. Ч. 1. – Мн.: Беларуская навука, 2002. – 156 с.
- Маслоу А. По направлению к психологии бытия. – М.: Изд. ЭКСМО-Пресс, 2002. – 272 с.
- Ожегов С.И. Словарь русского языка / Под ред. Н.Ю. Шведовой. – М.: Русский язык, 1984. – 797 с.
- Психология творчества: общая, дифференциальная, прикладная / Под ред. Я.А. Пономарева. – М.: Наука, 1990. – 224 с.
- Теория познания. Социально-культурная природа познания / Под ред. В.А. Лекторского, Т.И. Ойзермана. В 2-х т. Т.2. – М.: Мысль, 1991. – 478 с.
- Longman Dictionary of Contemporary English. – London: Longman Group Ltd, 1995. – 1668 p.
- Wallace, M.J. Training FL Teachers: A Reflective Approach. Cambridge Teacher Training and Development. – Cambridge University Press, 1991. – 180 p.

**Идеальный оратор как лингвориторический конструкт: между теорией и практикой**

Отургашева Наталья Вадимовна

Сибирский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Россия  
630102, Новосибирск, ул. Нижегородская, 6  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: vialuna@list.ru

**Аннотация.** В статье представлен анализ проведенного среди студентов СИУ-РАНХиГС опроса, посвященного выявлению значимых критериев оценки ораторской деятельности. На материале полученных данных сделаны выводы о трансформации традиционных компонентов риторического текста (логос, этос, пафос), выявлены некоторые противоречия между реальной и идеальной моделью оратора, обозначена роль лингвориторического образования в становлении профессионалов и общественных лидеров XXI века.

**Ключевые слова:** ораторская деятельность, риторический идеал, этос, логос, пафос, опрос, критерии оценки, лингвориторическое образование.

УДК 808.5

**Ideal speaker as a linguistic rhetorical construct: Between theory and practice**

Natalya V. Oturgasheva

Siberian Institute of Management – Branch of the Russian Academy of National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation, Russia  
630102 Novosibirsk, Nizhegorodskaya Str., 6  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: vialuna@list.ru

**Abstract.** The article discusses the results of the survey aimed at identification of significant evaluation criteria for public speaking, conducted among the students of the Siberian Institute of Management, Branch of the Russian Academy of National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation. Based on the results obtained, the author makes conclusions on the transformation of the traditional rhetorical methods of influence (logos, ethos, pathos), reveals some contradictions between models of the real and ideal speakers, emphasizes the role of linguistic rhetorical education in the formation of professionals and civil society leaders of the 21<sup>st</sup> century.

**Keywords:** public speaking, rhetorical ideal, logos, ethos, pathos, survey, evaluation criteria, linguistic rhetorical education.

UDC 808.5

**Введение.** Понятие риторического идеала давно и широко обсуждается в научной литературе (см., напр.: [Vorozhbitova, Yurieva etc. 2020]). Идея прекрасной речи и образ совершенного оратора волновали теоретиков красноречия со времен античности – они пытались найти универсальные характеристики образцового выступления. Так, Аристотель отмечал, что «речь слагается из трех элементов: из самого оратора, из предмета, о котором он говорит, и из лица, к которому он обращается; оно-то и есть конечная цель всего (я разумею слушателя)» [Аристотель 2008: 99]. Он же называл три причины, «возбуждающие доверие к говорящему... – разум, добродетель и благорасположение» [Аристотель 2008: 176]. Таким образом, этический аспект (этос) выступления, по мнению философа, оказывается столь же значимым, как логос и пафос: разумному, добродетельному и благорасположенному к нам оратору «мы верим без доказательств».

Современные исследователи справедливо полагают, что риторический идеал исторически изменчив, культуроспецифичен и «прямо связан с особенностями социальной модели» [Михальская 1996: 46]. Анализируя риторический идеал как основу логосферы определенной культуры, как иерархию требований к речевому поведению со стороны носителей данной культуры, А.К. Михальская описывает структуру «русского Логоса» как систему дополняющих друг друга этических и эстетических категорий: кротости и умиротворения, правды и гармоничности, цельности и диалогичности, ритмичности и упорядоченности.

Особое место в данной структуре занимают диалогичность, гармонизирующий и доверительный характер общения, которые предполагают наличие у выступающих таких качеств, как умение быть самим собой, соответствовать нравственным нормам жизни, соблюдать меру, обладать вкусом и, в целом, «показывать себя человеком, достойным доверия и уважения аудитории» [Аннушкин 2007: 119].

В единстве выделенных Аристотелем элементов – логос, этос, пафос – именно этическая составляющая подвергается сегодня дискриминации и отходит на 2-ой план в некоторых пособиях и на бизнес-тренингах, ориентированных на подготовку «успешных ораторов» и «эффективного выступления». Это вызывает справедливые опасения специалистов, полагающих, что «в наше время вопросы риторического этоса занимают ведущее место в организации речевых отношений в обществе, поэтому этическая составляющая образа ратора оказывается определяющей» [Волков 2001: 74].

Данное обобщение представляется особенно актуальным, поскольку формулируется оно в ситуации тотального недоверия к слову на разных уровнях коммуникации: власть – общество, реклама – ее потребители, СМИ – зрители и читатели. Авторитет письменного и устного слова оказался подорван, чему способствовали многие обстоятельства из разных сфер жизни. В данной статье мы остановимся только на тех, которые касаются лингвориторического образования.

**Материалы и методы.** С целью соотнести теоретическую модель идеального оратора с актуальными требованиями, предъявляемыми к речевому поведению современников, автор статьи провел опрос среди студентов 2-го курса юридического факультета Сибирского института управления – филиала РАНХиГС. В нем приняли участие 100 человек, приступивших к изучению судебной риторики. Респондентам были предложены следующие задания и вопросы, призванные уточнить критерии оценки хорошей речи и определить их место и значимость в структуре современной национальной риторической модели:

1. Назовите 3-х лучших ораторов всех времен и народов.
2. Назовите 3-х лучших, с Вашей точки зрения, современных ораторов.
3. Назовите 3 качества каждого из этих ораторов, за которые Вы их цените.
4. Какими качествами, с Вашей точки зрения, должен обладать идеальный оратор (назовите 3 качества).
5. Какие качества оратора являются для Вас неприемлемыми (назовите 3 качества).
6. Должен ли быть оратор хорошим человеком?

В статье представлен анализ полученных ответов и сделаны выводы в отношении существующей практики оценки речевого поведения. Число упоминаний при необходимости приводится в скобках; при возникновении разночтений между требованиями к реальному и идеальному оратору (вопросы №3 и №4 соответственно) данные указываются через косую черту. При цитировании студенческие комментарии выделяются курсивом.

**Обсуждение.** Анализ результатов опроса позволил определить тех ораторов, выдающиеся заслуги которых высоко оценивают современные студенты. В первой группе (выдающиеся ораторы всех времен и народов) лидируют **В. Ленин (44), А. Гитлер (28), У. Черчилль (23), Аристотель (15), Цицерон (15), А. Линкольн (10), И. Сталин (10)**. Во второй группе (современные ораторы) «пьедестал почета» заняли **В. Путин (37), В. Жириновский (24), С. Лавров (5), В. Соловьев (5), Стив Джобс (4), А. Навальный (4)**. Причем разрыв между лидерами списка и остальными участниками достаточно велик и в первом, и, особенно, во втором случае. Отметим также, что десятая часть опрошенных не сумела назвать никаких ораторов, треть респондентов не указала современных, а четверть – присущих им достоинств.

Критерии, по которым студенты оценивали выступающих, целесообразно объединить в несколько групп, характеризующих: *содержание речи; форму речи; личность оратора; этику его взаимоотношений с аудиторией*.

Содержание речи, по мысли респондентов, требует от выступающего образованности (4/3), знания своего дела и, соответственно, темы выступления (5/6), начитанности (1/3), интеллекта и ума (2/5), эрудиции и широкого кругозора (1/4). В целом, содержательная часть выступления упоминается достаточно часто (25/35) и справедливо связывается студентами с профессионализмом оратора (2/2).

Претензии к содержательной стороне выступления немногочисленны (всего 17 упоминаний), но весьма разнообразны: незнание предмета обсуждения (5), языка, необразованность, узкий кругозор (3), склонность к геноциду, нацизму, легкомыслие.

Отметим, что респонденты отмечают в качестве достоинств не только владение конкретной информацией по теме, но и общую эрудицию, начитанность и широкий кругозор выступающих.

Серьезные требования предъявляет студенческая аудитория к форме подачи материала, особенно подчеркивая необходимость четкости речи (8/9), способность донести свою мысль интересно, доходчиво, просто и понятно (13/14), умение поддерживать интерес слушателей к выступлению (6/9). Среди недостатков, мешающих воспринимать выступление, лидируют отмеченные студентами речевые дефекты (5), невнятность изложения (7), тихий голос (3).

Заметное место в рефлексии студентов заняли эстетические характеристики (25 и 43), связанные с красивой и выразительной речью (9/12), грамотностью (8/15), приятным голосом, обаянием и большим словарным запасом. Именно здесь оказался самым значительным разрыв между действующим оратором (25 упоминаний) и его идеальным образом (43). На шкале отрицательных эстетических характеристик чаще всего обозначены безграмотность (8), слова-паразиты, жаргонизмы, писклявый и неприятный голос, маленький словарный запас (всего 19 упоминаний).

В отношении эмоциональной стороны речи («пафос» в терминологии Аристотеля) чаще всего выделяется в качестве необходимого компонента выступления самообладание и стрессоустойчивость оратора (7/15). На 2-м месте по числу упоминаний находятся эмоциональность и экспрессивность речи (6/6). В то же время чрезмерная эмоциональность, несдержанность, импульсивность, вспыльчивость воспринимаются респондентами как существенный недостаток (12). Как видим, сдержанность и самообладание выступающего значительно превосходит его эмоциональность на шкале оценок студенческой аудитории.

Высокие требования предъявляют респонденты к личности оратора: 51 упоминание в отношении названных ораторов, 59 – в отношении идеального образа. Самым востребованным качеством исполнителя речи оказались уверенность (18 / 22), наличие харизмы (9 / 11), умение увлечь за собой слушателей. В качестве обязательного ораторского навыка участники опроса отмечают умение убеждать (20/20) и связывают его с верой выступающего в декларируемые им идеи, доказательностью и логичностью его рассуждений.

Самым объемным списком неприемлемых качеств оратора стал перечень именно личностных характеристик, прежде всего, таких как неуверенность (15), безразличие (5), эгоизм (5), стеснительность и скромность

(4), лень (4) – всего 72 упоминания. Важное место в характеристике оратора занимают этические требования к нему (23 / 27). Наиболее частотные упоминания – честность (3/3), искренность (1/2), тактичность (2/1), добросовестность (1/3), готовность слышать и понимать других (1/3). В списке неприемлемых качеств этические характеристики занимают 2-е место по числу упоминаний (всего 54). Чаще других респонденты отмечают в качестве отрицательных параметров выступающего его грубость (12), агрессию (8), сквернословие (5), хамство (2), бестактность (2) и, в целом, неуважительное отношение к своим слушателям.

Парадоксальным образом в числе сомнительных достоинств оратора респонденты отмечают одновременно прямо противоположные качества – такие, как искренность и неискренность, ответственность и безответственность, нравственность и циничность. Видимо, это свидетельствует о столкновении умозрительных представлений об идеале и реалий существующей практики речевого поведения.

В целом, внимание к личности оратора лидирует по числу отмеченных реакций участников опроса (всего 191 упоминание).

Таким образом, значимость различных аспектов выступления для студенческой аудитории может быть представлена иерархией, в которой отмечены, прежде и больше всего, личные качества самого оратора (77 %) и этика его взаимоотношений с аудиторией (31%), форма речи (65 %), а затем уже содержательная (26 %) и эмоциональная (17 %) стороны выступления.

Данную позицию о главенстве личностных характеристик оратора разделяют 37% респондентов, ответивших на 6-ой вопрос (должен ли хороший оратор быть хорошим человеком?) положительно. В своих комментариях они указывают на нравственную ответственность перед обществом как на обязательное условие речевого лидерства: *качества оратора не делимы с качествами человека; ведь он пример для подражания; ораторское искусство доступно далеко не всем, поэтому оратор должен быть хорошим, добросовестным человеком, чтобы не лукавить своим последователям.*

Однако большинство респондентов (54 %) ответили на данный вопрос отрицательно, ссылаясь на необходимость разделять профессионализм выступающего и его человеческие качества: *главное, чтобы был профессионал; хороший человек – не профессия; это – его работа, а человеческие качества пусть интересуют его и окружение.* Многие студенты, как видно из их замечаний, не осознают социальной роли оратора, его места в системе общественных отношений, ответственности лидера за речевые высказывания. Отметим в качестве примера лидирующие позиции А. Гитлера в списке выдающихся спикеров – он занимает в нем 2-е место.

**Заключение.** Выявленное противоречие между идеальной моделью оратора и реальным взглядом на риторическую практику обусловлено целым рядом причин, среди которых назовем отсутствие последовательной системы подготовки спикеров, низкую речевую культуру общества, прерванную в XX веке традицию публичных выступлений и политических дебатов. В отсутствие объединяющей людей национальной идеи во главу угла ставится индивидуальный успех, который декларируется сегодня как универсальное мерило человеческой деятельности. Неслучайно категория «успешности» прочно вошла в лексикон современного медиадискурса: ею определяют качество не только бизнесменов, но и политиков, ученых, журналистов и спикеров.

Освоение риторических навыков все чаще перемещается сегодня на площадки бизнес-тренингов, успешное выступление осознается как гарантированная возможность «заявить о себе, продать услуги, решения и товары» [Шестакова 2015: 47].

Практические результаты выступления потеснили этические и эстетические характеристики, традиционно связанные с представлением о хорошей (выразительной, нравственной, образцовой) речи.

Между тем, этика речевого высказывания должна выступать главным критерием социальной значимости риторического текста и, шире, общественного благополучия. Роль морали как основы топики и, соответственно, речевого разрешения конфликтов, подчеркивает Ю. Рождественский, отмечая и теоретический, и практический аспекты данной взаимосвязи. Он убежден, что «в будущей борьбе за власть... успех будет на стороне тех речедеятелей, которые построят свои программы и свою жизнь в соответствии с пониманием культуры и искусством вынесения моральных суждений» [Рождественский 2003: 176]. (См. в связи с этим лингвориторический анализ идиодискурсов вождей В.И. Ленина и И.В. Сталина [Кегеян, Ворожбитова 2011]).

Полагаем, что воспитание таких «речедеятелей» – дело российского образования, которое является важнейшим инструментом передачи от поколения к поколению не только основополагающих принципов отечественной логосферы, но культурного кода общества в целом. Преподавание общей и частных риторик на всех этапах образования – необходимое условие подготовки как будущих профессионалов в различных областях деятельности, так и политических и общественных лидеров XXI века, от нравственных убеждений которых будет зависеть устойчивое и благополучное существование нашего общества.

#### Библиография

- Аннушкин В.И. Вводный курс: учебное пособие. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 296 с.  
 Аристотель. Поэтика. Риторика. – СПб.: Издательский Дом «Азбука – классика», 2008. – 352 с.  
 Волков А.А. Курс русской риторики. – М., 2001. – 480 с.  
 Кегеян С.Э., Ворожбитова А.А. Лингвориторические параметры политического дискурса (на материале текстов идеологов большевизма): монография. – Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2011. – 156 с.  
 Михальская А.К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике. – М.: «Academia», 1996. – 192 с.  
 Рождественский Ю.В. Принципы современной риторики. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 176 с.  
 Шестакова Е. Успешная короткая презентация. – СПб.: Питер, 2015. – 208 с.  
 Vorozhbitova A.A., Yurieva A.V., Timofeyev A.V., Ignatyeva Olga V. Linguistic rhetorical ideal as a development factor of multiethnic, sociocultural and educational space in the aspect of the formation of a professional linguistic personality // European Journal of Contemporary Education, 2020, 9(1). – S. 177–188.



**Методы и подходы к преподаванию русского языка как иностранного (на примере Финляндии)**

Полякова Ольга Владимировна

Южный федеральный университет, Россия  
344000, г. Ростов-на-Дону, ул. Тельмана, 20  
преподаватель  
E-mail: opolyakova@sfnu.ru

**Аннотация.** В данной статье анализируются и обобщаются подходы, уровни, методы лингводидактов разных стран к обучению русскому языку как иностранному. Рассматривается опыт лингводидактов (на примере Финляндии) в работе во внеязыковой среде, разрабатываются рекомендации для преподавателей, обучающих иностранному языку во внеязыковой среде, анализируется лично-ориентированный подход.

**Ключевые слова:** лингводидактика, компетентностный подход, языковая личность, лично-ориентированный подход.

УДК 378-052(0.054.6)

**Methods and approaches to teaching Russian as a foreign language (a case of Finland)**

Olga V. Polyakova

Southern Federal University, Russia  
344000 Rostov-On-Don, Telman Str., 20  
University Teacher  
E-mail: opolyakova@sfnu.ru

**Abstract.** This article analyzes and summarizes approaches, levels, methods of representatives of linguodidactics, i.e. foreign language pedagogy, from different countries to teaching Russian as a foreign language. The paper explores the experience of linguodidactic experts from Finland concerning their work in the non-linguistic environment, suggests recommendations for teaching a foreign language in a non-linguistic environment, analyzes the personal-oriented approach.

**Keywords:** linguodidactics, competence-based approach, linguistic personality, individual-focused approach.

UDC 378-052(0.054.6)

**Введение.** Термин *лингводидактика* введен в научный обиход акад. Н.М. Шанским. Как пишет А.Н. Щукин, «описание, считавшееся лингводидактическим, включало в себя исследование сходства и различия языков, анализ содержания и структуры изучаемого языка, составление языковых минимумов в целях обучения и ряд других проблем, возникающих на стыке лингвистики и педагогики». До сих пор среди специалистов нет единства в понимании содержания термина [Зимняя 2003].

По мнению Майкла Левиса и Джимми Хилла, в области лексики основной акцент необходимо сделать на употреблении тех лексических сочетаний, которые используются в реальной коммуникации. Важно избегать и другой крайности – чрезмерного использования повседневного, разговорного языка в официальной или полуофициальной ситуации [Lewis, Hill 1996].

Важно отметить, что в области психологии для обучения русскому языку как иностранному (РКИ) был использован лично-деятельностный подход, разрабатываемый отечественной психологической школой (Л.С. Выготским, И.А. Зимней, А.Н. Леонтьевым). В контексте этого подхода обучение языку направлено на формирование речевых умений, а в качестве объекта обучения выступает речевая деятельность [Щукин 2003: 196–197]

Согласно другой точке зрения [Asher 2000], обучаемые первых уровней на занятиях должны внимательно слушать инструкции преподавателя, понимать с помощью жестов или наглядности, о чем идет речь, и выполнять эти инструкции [Там же].

Такие занятия могут занимать достаточно длительное время, но постепенно инструкции преподавателя усложняются и включают в себя уже несколько предложений или грамматически сложных конструкций. Считается, что при этом происходит примитивная коммуникация.

При таком подходе (“Total Physical Response”) от обучаемого не требуется устного высказывания до тех пор, пока он сам не захочет или не будет готов сделать это [Там же].

С 1996 г. под эгидой Совета Европы проводится большая лингводидактическая работа в области обучения иностранным языкам. Новая общеевропейская концепция владения иностранными языками – «компетентностный подход» – оказывает влияние на создание новых учебных программ, использование современных методов обучения, обсуждение разнообразных методических вопросов.

Акцент в обучении переносится с вопроса о том, что обучаемые должны знать, на вопрос о том, что им необходимо делать, чтобы вступать в коммуникацию в реальных условиях. А целью образования, согласно Болонским соглашениям, является формирование и воспитание компетентного человека [Cambridge University Press: 2000].

Нужно сказать, что компетентностный подход в образовании не является абсолютно новой концепцией. Ориентированное на компетенции образование (competence-based education) сформировалось в 1970-х гг. в Америке в общем контексте предложенного в 1965 г. Н. Хомским (Массачусетский университет) понятия «компетенция» применительно к теории языка, трансформационной грамматике.

Как отметил Н. Хомский, «... мы проводим фундаментальное различие между компетенцией (знанием своего языка говорящим – слушающим) и употреблением (реальным использованием языка в конкретных ситуациях).

В это же время в научный аппарат вводится категория «компетенция», создаются предпосылки разграничения понятий «компетенция» и «компетентность». С этого времени в русле трансформационной грамматики и теории обучения языкам начинается исследование разных видов языковой компетенции. Вводится понятие «коммуникативная компетентность» (Д. Хаймс) [Соловова 2002].

**Материалы и методы.** Обобщая вышеизложенное, можно создать небольшой план уровней и методов обучения:

Уровни обучения и методы обучения:

1. Традиционный подход;
2. Контекстный метод (“Context Approach”);
3. Коммуникативный подход.
4. Коммуникативно-ориентированный подход (“Strong Communicative Approach”);
- 4.1 “Weak Communicative Approach”;
- 4.2 Для начинающих изучать язык. Интерпретация прямого метода (“The Natural Approach”);
- 4.3 “Total Physical Response”
- 4.4 “Community Language Learning”
- 4.5 Более высокий уровень изучения языка “Task-Based Learning”;
5. Проектная методика (“Case Study Method”);
6. Социокультурная (межкультурная методика) (США).

**Обсуждение.** Опыт преподавания русского языка как иностранного в Финляндии.

В данной статье примером использования методов и подходов к обучению русскому языку как иностранному послужила Финляндия.

При преподавании РКИ во внеязыковой среде для взрослого населения можно выделить несколько важных факторов, обращающих на себя внимание:

- мотивация к изучению русского языка, которую необходимо постоянно поддерживать;
- малое количество часов для контактного обучения и, как следствие, организация системы дополнительных заданий;
- отсутствие материала, ориентированного на данную целевую группу;
- отсутствие языкового окружения, которое способствовало бы более непринужденному усвоению языка;
- коммуникативная направленность обучения, во время которой преподавание грамматики приобретает схематичный, фоновый характер.

Рекомендация для преподавателей, работающих во внеязыковой среде из опыта лингводидактов в области преподавания иностранного языка на примере Финляндии.

На сегодняшний день развитие информационных технологий в современном мире позволяет использовать достижения IT и в сфере преподавания русского языка как иностранного, это особенно актуально во внеязыковой среде. В данном случае наличие интернет-ресурса позволит использовать актуальные аутентичные материалы, редактирование и обновление которых могут проводить сами преподаватели.

Также самостоятельное использование этих материалов студентами позволит дополнять малое количество контактного обучения, а включение игрового элемента (викторины по культурологии и страноведению, кроссворды и пр.) делает обучение языку более комфортным.

Нужно сказать и о ещё одном важном подходе лингводидактов к обучению русскому языку как иностранному – личностно-ориентированном подходе, проявляющемся во взаимосвязи языка и культуры.

Многие научные направления (социолингвистика, теория культуры, лингводидактика, культурология, методика, социология) анализируют взаимосвязь языка и культуры. Согласно Э. Тайлору, все то, из чего складывается культура, рассматривается через призму языка.

С.Г. Тер-Минасова определяет разные аспекты соотношения культуры и языка: язык как зеркало культуры, язык как орудие культуры и др. Отмечено несколько совпадающих функций культуры и языка, среди них такие как: коммуникативная, информационная, гносеологическая (когнитивная), регулирующая (нормативная), оценочная, экспрессивно-эмоциональная (функция воздействия), национальная (интернациональная) и функция социализации [Тер-Минасова 2000].

Процесс интеграции индивида в общество, его социализация происходит через усвоение им социальных норм и ценностей, а язык (тем более иностранный) является одним из способов этой интеграции. Процесс социализации личности наиболее эффективен и важен на этапе получения высшего образования на основе личностно-ориентированного обучения, направленного на языковую личность обучаемого.

Необходимо изучать и анализировать личность как субъекта отношений и сознательной деятельности, определяющейся данной системой общественных отношений, культурой и обусловленной также психофизиологическими особенностями.

Личность одновременно и продукт, и субъект истории, культуры, ее творец и творение. Интеллект личности наиболее интенсивно проявляется в языке и исследуется через язык.

При таком подходе основным принципом обучения иностранного языка является личностно ориентированная направленность обучения на языковую личность обучаемого.

Под языковой личностью понимается многослойный и многокомпонентный набор языковых способностей, умений, готовности к осуществлению речевых поступков разной степени сложности и включающих выявление и характеристику мотивов и целей, движущих развитием личности, ее поведением. Суть данного подхода состоит в том, что сам изучаемый язык служит средством приобщения человека к иной национальной культуре, огромному духовному богатству, хранимому изучаемым языком.

**Заключение.** Если признать, что иностранный язык отражает иной мир, иную культуру, обусловленную национальным сознанием, то каждое занятие иностранным языком должно рассматриваться как встреча, «перекресток» культур [Тер-Минасова 2000: 25].

Отсюда следует, что иностранный язык должен изучаться наряду с изучением культуры говорящего на нем народа. Одним из положений, определяющих перспективу развития обучения иностранному языку в русле этой системы, является «построение процесса обучения иностранному языку как познания учащимися иной культуры» [Гальскова 2004].

В одном лингводидакты из разных стран единодушны в области преподавания иностранного языка: от коммуникантов требуются знания норм и традиций общения народа – носителя изучаемого языка, то есть всего того, что подразумевается под коммуникативным поведением как частью национальной культуры.

Такое знание норм и традиций общения народа позволит участникам коммуникации, принадлежащим к разным национальным культурам, адекватно воспринимать и понимать друг друга, то есть достигать позитивного для обеих сторон результата общения и тем самым способствовать успеху межкультурной коммуникации.

### Библиография

Гальскова Н.Д. Межкультурное обучение: проблема целей и содержания обучения иностранным языкам // – ИЯШ. – 2004. – № 1. – С. 57–63.

Зимняя И.А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования // Высшее образование сегодня. – 2003. – № 5. – С. 34–42.

Миролюбов А.А. История отечественной методики обучения иностранным языкам. – М., 2002. – 448 с.

Равен Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация. – М., 2002. – 396 с.

Соловова Е.Н. Методика обучения иностранным языкам: Базовый курс лекций: пособие для студентов пед. вузов и учителей, 2-е изд. – М., 2002. – 384 с.

Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: учеб. пособие. – М., 2000. – 262 с.

Щукин А.Н. Методика преподавания русского языка как иностранного: учеб. пособие. – М., 2003. – 334 с.

Asher J. Brainswitching: Learning on the Right Side of the Brain. 2nd. Edition. California, 2000. – 164 s.

Council of Europe. Modern Languages: Learning, Teaching, Assessment. A Common European Framework of Reference. Cambridge University Press, 2000. – 32 s.

## Homo Loquens и вербальная этология

Сенкевич Василий Иванович

Седлецкий естественно-гуманитарный университет, Польша  
08-110 Седльце, ул. Конарского 2  
доктор филологических наук, профессор  
E-mail: vasilii.siankevich@uph.edu.pl

**Аннотация.** В статье раскрывается парадоксальная сущность этологических импликаций и характер их манифестации в слове. В связи с инстанцией адресата (Другого) рассмотрена фундаментальная для воплощения языкового этоса категория изобразительности. Проведено разграничение импрессивного (выявленного) аспекта и экспрессивного (выраженного) плана языка и речевой деятельности.

**Ключевые слова:** языковая этология, поведение и деятельность, негация, феноменология.

УДК 81-13 : 159.9

## Homo Loquens and verbal ethology

Vasili I. Siankevich

Siedlce University of Natural Sciences, Poland  
08-110 Siedlce, Konarski Str., 2  
Doctor of Sciences (Philology), Professor  
E-mail: vasilii.siankevich@uph.edu.pl

**Abstract.** The article discusses the paradoxical essence of ethologic implications and nature of their manifestation in a word and in connection with the addressee instance, i.e. the Other, considers the category of figurativeness, fundamental for the embodiment of language ethos. The author makes a distinction between the impressive, i.e. identified, aspect and expressive, i.e. expressed, plan of language and speech activity.

**Keywords:** language ethology, behavior and activity, negation, phenomenology.

UDC 81-13 : 159.9

**Введение.** Целью настоящей статьи является характеристика вербального поведения человека и обоснование необходимости его изучения в аспекте лингвофеноменологии. Термином *этология* (от греч. *ethos* – ‘привычка, характер, манера вести себя’ и *logos* – учение) обозначается дисциплина, изучающая поведение всего живого, в том числе и человека. В XVIII в. этология была равнозначна этике. В 1843 г. Дж. Миль назвал этологией предложенный им раздел психологии, изучающий человеческий характер [см.: Акимушкин 1985: 37]. Этология человека исходит из представлений, выработанных в ходе знакомства с поведением в животном мире, и находится в тесной связи с гуманитарными дисциплинами – прежде всего, с психологией, языкознанием и литературоведением. Этологический подход в языкознании обнаруживает, с нашей точки зрения, чрезвычайно важный и на сегодняшний день почти нетронутый слой языка – воплощение в слове этоса человеческого общения. С полным правом можно утверждать существование языковой этологии – языковедческой дисциплины, предметом которой является исследование путей вербализации поведения человека в языке.

**Материалы и методы.** Материалом исследования послужили научные источники, раскрывающие феноменологический подход к изучению языка. Реализованный нами метод в обыденном сознании называется «от обратного» и представляет собой феноменологический путь постижения сущности того, что очевидно. В других областях познания этот метод называется «антиномическим» (философия), «апофатическим» (теология); ср.: «феноменологическая редукция» (Э. Гуссерль), «ученое незнание» (Н. Кузанский). Выведение познаваемого из сферы явлений и позитивных определений («заключение его в скобки») благоприятствует проникновению в сущность вещей. То, что *есть* (*essentia*), противопоставляется всему остальному – *существующему* (*existentia*). На пути подобной феноменологической редукции обнаруживается то, что не существует как явление и не бывает предметом, однако вопреки всему *есть* и несомненно *присутствует* [Сенкевич 2018; Siankevich 2018]

**Обсуждение.** 1. Поведение как характерная черта всего живого, оказывается неотъемлемым модусом повседневной жизни человека. Под повседневностью понимается реальность, которая проживается непосредственно и очевидно. Здесь не поднимаются актуальные проблемы, однако возникают насущные вопросы. «Человек, который выходит за пределы повседневности, фактически никогда не преодолевает эти границы. До поры до времени эта реальность оказывается для человека непроблематичной» [Анчел 1983: 92].

Несмотря на то, что этология является предметом исследования широкого спектра наук, сам термин *поведение* не имеет точного определения. Наличие многочисленных дефиниций этого понятия в психологии свидетельствует о невозможности однозначной концептуализации данного феномена и невыразительном понимании того, что такое поведение. Между тем, каждый знаком с тем, что называется поведением.

Не задаваясь целью выработать еще одно научное определение поведения, попытаемся взглянуть на него в свете феноменологии.<sup>1</sup>

Прежде всего необходимо указать на антиномию поведения и деятельности. *Поведение не является деятельностью*. Все, что присуще деятельности, не характерно для поведения. Указанная антиномия важна для исследования вербального поведения человека, потому что «когда начисто сглаживается антиномичность языка, то тем самым начисто уничтожается и сам язык» [Флоренский 1990: 185].

Применительно к языку отмеченная антиномия предстает как противопоставление речевой деятельности, или дискурса, и реальности слова (логоса). «Как масло не смешивается с водой, так и эти противоположности не объединяются ничем и ни в чем и обречены на вечное и бессильное сосуществование» [Эрн 2000: 530]. Искусство слова противопоставляется культуре речи. Это также антитеза неотъемлемой от логоса силы витального этоса и сопровождающего дискурс действенного пафоса.

Антитеза слова и речи последовательно прослеживается, например, в церковной традиции. Известны «Слова» и проповеди (речи) Кирилла Туровского. Митрополит Илларион говорит «Слово о законе и благодати» (1-я пол. XV века); ср.: «Слово, говоренное на Пасху...», «Слово говоренное брату Василия Великого, Святому Григорию, епископу Нисскому» Григория Богослова. Антитеза сказанного и говоренного красной нитью проходит через «Нагорную проповедь»: «*Вы слышали, что сказано...*»; но: «*А Я говорю...*».

Грамматика определяет глагол *говорить* как переходный. Однако говорение, по сути, не действие, а имперсональное состояние человека в ряду других его состояний (напр.: *говорилось, думалось, спалось, писалось* и т.п.). Слово само говорит, не нуждаясь в объяснениях, подтверждениях и доказательствах. Например, оборотом «*Как говорится...*» вводятся поговорки, воплощающие аксиоматическую народную мудрость, не требующую аргументации: *Что посеешь, то и пожнешь. Без труда не вытянешь и рыбку из пруда. Цыплят по осени считают* и др. Поговоркам противопоставляется малый жанр речи – пословицы: *Береги честь с молодю. Не плюй в колодец – пригодится воды напиться. Лучшие синица в руках, чем журавль в небе* и т.д.

Всякое действие, в том числе и речевое, имеет причину. Однако о причинах поведения не говорится. У поведения есть *повод*. Русское слово *поведение* мотивировано глаголом *поводить* (*поваживать*). У Даля: *поваживать, поводить, повести*. *Поводливый конь*, послушный поводу. *Поводливый мальчик*, послушный, пословный (3, 139-140).<sup>2</sup> Глагол *повести* имеет манипуляционный характер, напр.: – *Гм! – Павел Петрович повел усам* (Тургенев «Отцы и дети»). *Лошадь устало повела ушами* (Фадеев «Разгром»). *Серпилин только чуть заметно повел на морозе лопатками* (Симонов «Солдатами не рождаются»).

Глаголы движения указывают на целенаправленные действия и ожидаемый результат, манипуляционные же глаголы этих признаков лишены. Например, глаголом *шевелиться* характеризуется то, что (кто) как-то себя обнаруживает: *шевелиться* ‘обнаруживать оживление’ (МАС, 4, 707)<sup>3</sup>. В поведении оказывается важным не цель и конечный результат, а ход. Поведение осуществляется «по ходу». Выражение *вести себя* означает способ самореализации человека.

Этологическая лексика свидетельствует о поведенческой «не-самости». В поведении непременно присутствует ведущий (*поводырь, вождь* и т.п.) и ведомый – тот, кто находится в его безусловной власти. Вербальное поведение также реализуется по модели «ведущий» (говорящий) и «ведомый» (слушающий), напр.: *А я говорю: «Весна», говорю, она говорит: «Похоже», А я говорю: «Краса», говорю, она говорит: «Ну и что же»* (Из песни «Давай поговорим»).

Основанием безупречного поведения выступает послушание: *Он всегда держался на виду у взрослых, со всеми ласковый. Взрослые хвалили его за послушание* (М. Горький «Детство»). Реальность, которую называет глагол *слушать* и его производные, характеризуется многочисленными смысловыми векторами. Это не только ситуация знакомства («знакомиться на слух с чем-л.»). Кто-то «слушно говорит» (разг.). *Послушниками* называют монастырских слуг, а их обязанность – *послушанием*. В синодальный перевод Библии читаем: «Выслушаем сущность всего» (Екклесиаст, 12:13). Говорящие находятся в «послушании» друг у друга.

Слушаться кого-либо – не значит быть у него в подчинении. Например, солдат находится под началом («в послушании») у своего командира – слушает его команды («*Есть*», «*Слушаюсь*»). Послушник «ходит» под кем: – *Кто вы такие? Под кем ходите? – Как и все, под Богом ходим; ходить под Богом* (диал.) ‘жить’. В поведении выявляется аспект власти, а не господства (ср.: *властелин, властитель, владыка*, но: *господин*). «Говорить – значит, обладать властью говорить» (Фуко), ср.: «Он учил их, как власть имеющий, а не как книжники и фарисеи» (Мф. 7, 29).

Слово для человека – не средство, а инструмент, который у него есть и которым он владеет. Однако искусство владения чем-либо не тождественно мастерству. Говорящий не мастер. Владеть словом и пользоваться им – не значит использовать его и иметь на него право. Во владении обнаруживается реальная власть, однако не действует право и справедливость. Проявление воли в послушании понимается как губительное для целостности своеволие. Если каждая часть в целом начинает собственный процесс, то это ведет к распаду связи между частями; «смерть и гниение трупа – полное освобождение частей» [Герцен 1948: 100].

Деятельность понимается как «проявленная активность» [Рубинштейн 2000: 47], ср. англ. *activity* ‘деятельность’. Однако в поведении человек активно себя не проявляет и, фактически, ничего не делает. Слово

<sup>1</sup> «Феноменология – это изучение сущностей» – так определил науку о феноменах М. Мерло-Понти [Мерло-Понти 1999: 97]. Э. Гуссерль называл свою науку «археологией» – «интеллектуальными раскопками в области мышления».

<sup>2</sup> Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. – М.: Русский язык, 1978. Т. 1-4.

<sup>3</sup> Здесь и далее: МАС – Словарь русского языка в 4-х т. Ред. А.П. Евгеньева. Москва: 1985–1988.

не процессуально. Термин *процесс* ассоциируется с судом (*судебный процесс*), изменениями в организме (*воспалительный процесс*), производством (*производственный процесс*) и т.д. В слове отсутствует основной признак процессуальности – последовательность. Собеседники не последователи, а сторонники. Ничего не доказывая, каждый из них держит свою сторону или принимает сторону другого. Говорящие не чинят «скорый суд» над действительностью. По сути, в говорении ничего не должно обсуждаться, а лишь оговариваться-обговариваться очно (на глазах присутствующих) или заочно (за глаза).

Всякий процесс перебрасывает в прошлое – он «уже пошел». Однако в живой реальности слова не проявляется законченное «уже». В любую минуту общения собеседники «еще» говорят. Слово осуществляется в разовой «пока-еще»-реальности, которая характеризуется принципиальной незавершенностью. Реальность осуществляемого в онлайн режиме слова совпадает с реальностью жизни (ср.: *еще живем, пока живем* и т.п.); ср.: *живое слово, живая беседа, живой язык, живой отзыв* и др. Живость слова воспринимается в смысле непосредственного обнаружения; аналог.: *живой звук, живая музыка*.

Как и в любом поведении, в говорении не проявляются личные свойства человека, однако обнаруживается его характер. Характерное не проходит незамеченным в социуме. Индивид получает несемантическую «метку» – прозвище. Феномен прозвища принадлежит к разряду характеризующих слов – целостных эйдических презентаций человека: *И каркнет само по себе прозвище во все свое воронье горло, и скажет ясно, откуда вылетела птица. Сказанное точно, все равно, что написанное, не вырубается топором <...> И нечего добавит уже потом, какой у тебя нос или губы – одной чертой обрисован ты с головы до ног* (Гоголь «Мертвые души»). Известны прозвища, характеризующие вербальное поведение человека. Например, прозвище князя ВКЛ Карла Радзивилла *Panie Kochanku* возникло путем цитации характерного для него апеллятива.

Основным элементом поведения выступает поступок. Человек не выражает и не определяет себя через поступок. «Моя определенность (я такой) не входит для меня самого в мотивацию поступка; в классицизме поступок всегда мотивируется характером героя» [Бахтин 1994: 23]. В свете феноменологии сама жизнь есть не что иное, как поведение, ср. пол.: *powodzić się* «układać się, wieść się». *Zaczęło mi się powodzić; powodzenie* «pomyślny obrót rzeczy» (PSJP, 742).<sup>1</sup>

М. Бахтин связывает поступок с представлением о недеятельном (эволюционном) поступлении: «Каждая мысль моя есть мой индивидуально-ответственный поступок, один из поступков, из которых складывается вся моя единственная жизнь как сплошное “поступление”; вся моя жизнь в целом может быть рассмотрена как некоторый сложный поступок; я поступаю всей своей жизнью, каждое устремление и переживание есть мгновение моей жизни-поступления. Я поступаю словом, мыслью, чувством; я живу, я становлюсь поступком» [Бахтин 1994 :17].

Поведение человека есть постепенное осуществление его состояния, в котором он не выходит за пределы своего опыта. Это состояние Аристотель назвал термином *энтелихия* (греч. *ἐντελέχεια* – «нахождение-в-состоянии-осуществления»). Глагол *находиться* буквально означает «находить себя». Поиск себя не связан с институтами бытия (обычаем и законом). В связи с поведением говорится о привычке: *Он ездил в собрание, танцевал котильон со всеми барышнями, писал им на веерах мадригалы, как это повелось в Петербурге* (Тынянов «Смерть Вазир-Мухтара»). В отличие от обычая, привычка неконвенционально складывается в ходе жизни («так уж повелось»). Привычное не зависит от внешних регламентаций и принадлежит реальности знакомства: *привычный* ‘знакомый’ (МАС, 3, 399).

Поведению не свойственно прогрессирующее «куда» (*вперед – назад*). Тот, кто как-то поступает («проходит ступени»), непрерывно возвращается к своему началу – *ходит (туда – сюда)*; аналогия: курс (ход) автобуса, ход поршня в двигателе и др.). В поведении не бывает дороги, которую выбирают, однако есть путь прохождения расстояния «от ... и до...», ср.: *жизненный путь* («от колыбели до могилы»), *творческий путь* и др. Характерно, что в переводе Библии на китайский язык слову *λόγος* соответствует иероглиф ‘дао’ (кит. 道 – ‘путь’). «Человек – “долгое” существо, пробирается через заросли чужих представлений к неизвестной цели (счастью?), чтобы обнаружить в конце пути – если повезет, – что это был путь к себе. И что любой путь – это путь к себе. И что к себе можно и не дойти» [Мамардашвили 1999: 43].

Характер поведения рефлексивный. Поведение – не арена деятельности, которая состоит из последовательных актов, а сцена. Сценарий жизненного поведения – череда непрофессиональных обнаружений человека. На жизненном пути обретает смысл рефлексивный поворот (рефлекс – лат. *reflexio* ‘поворот’, *flexio* «изгиб», «выгибание», «дуга»). Если процесс предполагает свойство обратимости (*обратимые процессы, оборачиваемость химических реакций, денежное обращение* и т.д.), то поступательное поведение характеризуется, как правило, неожиданными рефлексами: *поворот в жизни, поворот разговора* и т.д. Несвойственные стратегии речевой деятельности повороты характерны для тактики вербального поведения.

Примером рефлексивности может служить разговор двух дам из поэмы Н.В. Гоголя «Мертвые души»: «*Ах, если бы вы знали, жизнь моя Анна Григорьевна, как я к вам спешила*», – сказала просто приятная дама и почувствовала, что у ней захватило дыхание от нетерпения скорее приступить к делу. Но восклицание, которое издала в это время дама приятная во всех отношениях, дало вдруг другой поворот направлению, какое готовился было принять разговор. «*Какой веселенькой ситец!*» – воскликнула во всех отношениях приятная дама, глядя на платье просто приятной дамы» (Гоголь «Мертвые души»).

<sup>1</sup> PSJP – Popularny słownik języka polskiego. – Warszawa: PWN, 2002. – 1304 с.

Любая деятельность не обходится без метода и методики. В связи с поведением «метод» один: «Смотри-слушай». «Я, по сути, не предлагаю никакого метода, – замечает Х. Гадамер, я описываю то, что есть. Научная позиция заключается в том, чтобы признавать то, что есть, а не исходить из того, что должно или могло быть. В этом смысле я пытаюсь выйти за рамки современного научного понимания метода» [Гадамер 1988: 95].

Важным в поведении оказывается не столько содержание говорения, сколько аспект восприимчивости – то, как слово доходит до реципиента: *Как слово наше отзовется* (Тютчев). В отличие от речевого акта, слово не воздействует прямо, а, подобно инструменту, вызывающему тот или иной эффект, оказывает на человека благотворное (или тлетворное) влияние. Основной характеристикой говорящих выступает не рассудок, а пронизательность – интуитивная иррациональная способность в ситуации общения угадывать и предугадывать то, что скрывается за внешними проявлениями: *пронизательный* – «быстро и верно разгадывающий сущность кого-, чего-л.; догадливый» (МАС 3, 507): «*Дети вообще пронизательнее, нежели думают*» (Герцен «Былое и думы»).

В слове реализуется мысль и акцентируется феномен смысла, который не дается открыто, а попеременно извлекается говорящими. Сущность звучащего слова неконцептуальна. Понимание отдалает говорящих и не способствует ходу беседы («*Я тебя понял!*»). Одно дело понять нечто, и совершенно другое – проникнуть в сущность того, о чем говорится: *проникновенный* – «способный глубоко проникать, вникать в сущность явлений» (МАС, 3, 506). Сущность не понимается, но угадывается (разгадывается).

Общения как вербальное поведение занимает важное место в жизни человека. Любой человек, живущий в обществе, является человеком, ведущим переговоры. В говорении обнаруживает себя язык негативных (непроявленных) сущностей. Этически приемлемой оказывается ситуация, сводящаяся к смыслу «ничего» («все обошлось, ничего не случилось»). В словаре В. Даля: «*Ничевошник* м. -ница ж. – кому все нипочем, кто ко всему приговаривает *ничего*» (Даль, 2, 548). Все существующее имеет определенность, однако мы способны относиться к любой определенности со стороны отрицания и удерживать эту негативную позицию, напр.: «*Жизнь?.. А что такое жизнь?*» (Из разг.). «То, что нашему сознанию кажется ничем, и есть недостижимо Величайшим» [Кузанский 1979: 37].

Другое название переговоров – *негоциация*. У Даля: «*негоциация* же. – дипломатические переговоры для заключения условия, договоров; переговоры, соглашения, совет, уговоры» (Даль 2, 510). В переговорах договариваются, т.е. принимаются условия друг друга, совместно решаются насущные вопросы. Негоцианты держатся некоторого сценария, но не надевают социальных масок («личин») – не играют ролей. Разговорный параметр «*между*» («*между нами*») ориентирован на доверие и секретность. Грамотное ведение переговоров – искусство.

Негация «ничего» имплицитно присутствует в самом глаголе *переговорить* (жарг. *перетереть*) («переговорить обо всем, ничего не оставляя на потом»). Идиома *ничего* – основная интенция поведения, в каком бы формате оно ни осуществлялось («*Ты чего?*» – *Я ничего*). Как *ваше «ничего»?* Разг.). Для вербального поведения важно, чтобы все проходило ровно («*Теперь между нами все ровно?*» Разг.). Слово *ничего* не имеет оценочного значения. Им говорится об отсутствии противоречия: нечто проходит без каких-нибудь позитивных (проявленных) «чего». Говорят словами, не допуская в ход беседы дискурсивных позиционирующих выражений. Идеальное состояние негации – «ни, ни». Мысль не изречается (*Мысль изреченная есть ложь*. Тютчев), а воплощается в слове.

Модель беседы не зеркало, а эхо с характерным для него принципом преемственности (удержания). Если зеркало отражает все тотально и равнодушно, то эхо перенимает что-то, как бы интерпретируя его на свой лад. Принцип преемственности обнаруживается в интенции слушателя «подхватить» слово собеседника и рефлексивно отозваться на него. В отзыве присутствует цитатная апелляция к ранее говоренному («*Вот вы тут говорите...*»). Собеседники совместно продливают линию вербального поведения, удерживая ее и не давая потеряться. Перенимается непередаваемое – то, что в силу своей аутентичности не подлежит сообщению. Непередаваем жизненный опыт другого человека – его мысли и привычки, манера держаться, черты характера и др., т.е. все, что принадлежит искусству, в том числе и искусству слова.

2. Поведение неотъемлемо от инстанции адресата (*Другого*).<sup>1</sup> Никто не в состоянии покинуть свою оболочку и стать для себя смотрящим. «Человек испытывает потребность близости в другом. Это аксиома. Потребность в близости является базовой. Если эта потребность не удовлетворена, человек переживает одиночество, <...> Удерживаться в близости нелегко. Здесь требуется искусство» [Малейчук 2018: 126]. Все характеристики поведения основаны на рецепции и рефлексии смотрящего. Другой не свидетель, но очевидец. Принцип очевидности оказывается принципом всех принципов для того, кто как-то обнаруживает себя в поведении.

Все проходит перед глазами адресата и манифестируется его чувствами: «...не может существовать цвета при абсолютном отсутствии глаз» [Эрн 2000: 336]. «Колебание воздуха *само по себе* не есть то, что мы называем звуком: для того, чтобы колебания воздуха стали звуком, нужно ухо, на которое подействовало это колебание. Движение волн само по себе не есть то, что мы называем светом – это только механическое движение и ничего более» [Соловьев 1989: 32] Параметр инстанционной близости оказывается релевантным в связи с многообразными этическими феноменами. «Степень близости к нам чего-то соответствует степени затронутости наших чувств. Степень же удаленности, наоборот, показывает степень нашей объективирующей независимости; отдаленное не задевает нас за живое» [Ортега 1991: 230].

<sup>1</sup> Слово *инстанция* происходит от лат. *instantia* – «непосредственная близость».

Реальность адресата – это преломленная через призму его опыта «для него»-реальность. Например, если кто-то ведет себя шумно (громко говорит, шутит, смеется и т.д.), то это «шумно» не является шумным «вообще», а есть для кого шумное. Предложение «*Этот мальчик играет на пианино*» получает разное смысловое наполнение для музыканта-энтузиаста, соседа по квартире и для человека, которого в детстве принуждали к игре на пианино [Карманова 2014: 34].

Адресатное восприятие феноменально по сути. Греческий выражение *φαινόμενον*, к которому восходит термин *феномен*, означает, то, что само себя обнаруживает – очевидное; *φαίνω* имеет корень *φα-* как *φῶς* ‘свет’. «Феномены – то, что находится на свету, может быть выведено на свет, т.е. высветлено» [Хайдеггер 2011: 28]. На реалию как бы изливается свет, и она манифестируется для реципиента во всей своей предьявленной очевидности – становится заметной. В импрессионном обнаружении отсутствует ясность и экспрессия (ср.: *ясное*, но: и *светлое*); *выявить* ‘разоблачить’, ‘найти’, ‘отыскать’, ‘заметить’ (МАС, 1, 293); но: *прояснить* «сделать ясным, объяснить» (МАС, 3, 549).

Ситуация непосредственного восприятия напоминает сцену, с которой постепенно сползает занавес, и сядящим в зале становится доступным то, что спрятано за его пределами – в глубине. Запредельная реальность манифестируется чувствами зрителя и его впечатлениями. Реципиент непосредственно переживает предьявленное его очам, если оно его касается, или описывает свой опыт восприятия как человек посторонний.

В импрессионности выявления нет опосредованной демонстрации (показа и видения). В отличие от актуального проявления («проявы»), «выява» – это не внешний вид, а наружный неповторимый облик (эйдос) чего-то. Здесь отсутствует момент открытости (голое), но акцентируется аспект обнажения. Обнаруживаются не свойства, а неповторимые черты чего-то (кого-то). Парадокс выявленного в том, что оно не существует позитивно («как»), однако непосредственно *есть*. В существовании чего-то мы можем быть убеждены, а в том, что есть, – уверены.

Манифестация реалии аналогична ее вырисовыванию. С выявлением связан фундаментальный для искусства феномен образительности (ср. бел. *выявленчасць*). «В каждом камне таится образ («выява»). Нужно только, чтобы скульптор это заметил и помог ей избавиться от всего лишнего».<sup>1</sup> Аналогия образительности замечается, например, в безличном состоянии по глаголу *светать* (о приближении восхода солнца). Образительность характерна для всех аутентичных импликаций вербального и невербального поведения человека – взгляда, улыбки, слова, паузы и т.д.

Феноменологический аспект присутствует в просветлении – «целостном и полном осознании природы реальности» [Торчинов 2002: 68]. Совершенное просветление – состояние имперсональной реализации (от англ. *realization* – осознание). Согласно трактовок восточных учений, просветление есть принятие реальности такой, какая она есть, т.е. прекращение всяких попыток строения концепций либо интерпретаций. («Что есть, то есть, чего нет, того нет»). Феномен просветления, как и другие феномены сознания, не поддается вербальному определению.<sup>2</sup>

Слово манифестирует неотраженный свет правды. В адресатном Другом, на глазах которого проходит вербальное поведение, говорящий ищет не рассудочного одобрения и согласия, а поддержки правдивости того, о чем говорится. «Правда, – отмечает Н.Д. Арутюнова, – принимает на себя то свойство жизни, которое толкает к ее переустройству, и атрибуты тех людей, которые нуждаются в защите» [Арутюнова 1999: 568]. Правда не открывается, а творится. Образ правды создается искусством. Правда как нечто скрытое («сокровенное»), не становится явным, а обнаруживается.

Логосу знакома правда жизни и обман («кривда»), однако слово не верифицируется на предмет истины и лжи. Истина бытия существует, а правде жизни *есть*. Для того, чтобы осознать правду, нет необходимости в понятиях и рассудочной деятельности. Правду ищут, а не выбирают: *Так и в жизни... В поисках за правдой люди делают два шага вперед, шаг назад* (Чехов «Дуэль»).

В Другом говорящий ищет оправдания своим словам, сверяя их с его восприятием: – *Знаешь что, давай будем на «ты». Так как-то проще. Правда? – Правда, – согласилась она. – Лучшее дружеское «ты», чем холодное «вы»* (Войтович «Хочу быть честным»). Известно «правдолюбие» детской речи: – *А у меня будут дед очки, когда он умрет, правда, дед? И жестяная банка тогда будет моей, в которой ты держишь деньги, дед, правда? Та – с картинками на боках, что на шкафу стоит?* (А. Карпюк «Корни»). Как вводное слово, *правда* характеризует этос (настроение) говорящего, напр.: *Водились за ним, правда, некоторые слабости* (Тургенев «Хорь и Калиныч»).

В рассказе А.П. Чехова «Дом с мезонином» изображены две сестры Волчаниновы. Политически настроенная старшая сестра Лидия «...говорила много и громко – быть может, оттого, что привыкла говорить в школе. <...> За ужином Лидия **опять говорила** с Белокуровым о земстве, о Балагине, о школьных библиотеках, <...> когда потемнело, долго ужинали, и Лидия **опять говорила** о школах и о Балагине, который забрал в свои

<sup>1</sup> Выява ў камяні [Электронны ресурс]. Режим доступа – <http://gp.by>

<sup>2</sup> Вот одно из его описаний. Просветление – состояние полной осознанности, в котором растворяется *ego* и исчезает ощущение себя исполнителем, то есть исчезает иллюзия волеизъявления. Это приводит к состоянию единения со всем окружающим. Просветление достигается за счёт понимания ошибочности так называемого «волеизъявления», благодаря чему возникает спонтанность умственной деятельности (точнее, она теперь принимается). Таким образом, сознание освобождается от иллюзий и отождествлений и становится чистым свидетельствованием.



руки весь уезд (Чехов «Дом с мезонином»). На все, что говорила Лида, ее мать отвечала: – *Правда, Лида, правда...* (Чехов «Дом с мезонином»).

В ходе говорения осуществляется непрерывная апробация звучащего слова адресатом. Другой не бывает *pro* («за») и *contra* («против»). Он непременно «анти» – возражает или протестует. Другой не вторит, однако поддерживает или не поддерживает высказанное мнение; ср.: *вторить* «полностью соглашаться с суждением кого-л., разделять чью-л. точку зрения, повторять их»; «повторять чьи-л. слова» (МАС, 1, 240). Повторенное во многом является общим. Однако не существует одной, двух, трех и т.д. правд. Правда у каждого *своя*.

С правдой связывается представление о некоей светлой жизненной силе. «В чем сила, брат?» – вопрошает герой фильма «Брат-2» Данила Багров старшего брата, уверенного, что в деньгах вся сила мира («*Деньги правят миром, и сильнее тот, у кого их больше*»): «*Не в деньгах сила, а в правде*», – говорит Данила. «*Вот скажи мне, американец, – обращается Данила к негодяю Менису, – в чем сила? Разве в деньгах? Вот и брат говорит, что в деньгах. У кого правда, тот и сильнее*».

Логосическим смыслом в русском языке обладает слово *праведник*. Так называют того, кто своей жизнью «творит правду», «ходит правым (ровным) путем перед Богом: «Ной же обрел благодать перед очами Господа». «Ной был человек праведный и не порочный в роде своем; Ной ходил перед Богом» (Бытие, 6: 8–9). В русской литературе образ праведницы находим у А. Солженицына. Крестьянка Матрена совершает подвиги своими ежедневными поступками, всей своей жизнью, сама того не замечая: *Все мы жили рядом с ней и не поняли, что есть она тот самый праведник, без которого, по пословице, не стоит село. Ни город. Ни вся земля наша* (Солженицын «Матренин двор»).

Не характерная для слова оппозиция «истина – ложь» проявляется в дискурсе. Дискурсивное сказанное предполагает выбор (что сказать?): – *Что я скажу ей, боже мой! Что я надела! За что я обидела ее? Что мне делать? Что я скажу ей?* – думала Кити и установилась у двери» (Л. Толстой «Анна Каренина»). «*Дискурс и истин*» – так называется цикл лекций Мишеля Фуко.

**Заключение.** В описании языковой этиологии востребован принцип антиномичности. Отправной точкой лингвистического изучения воплощения этиологии человека в языке является тезис о недейственности и негативности – непрявленности, но очевидной выявленности – поведения. Основные характеристики этиологии человека – вербальность, рефлексивность, импрессивность, негативность, неконвенциональность, инструментальность, творчество, иррациональность, инстанциональность. Каждую минуту жизни человек поступает, и в его эволюционных поступках обнаруживается скрытая реальность феноменов сознания. Она импрессивно и творчески переживается реципиентом. Основанием восприятия является критерий близости или удаленности реальности от самой натуры – жизни. Доминирующим принципом поведения человека, в том числе и языкового, выступает витальность. Метафора живого слова, которое «само говорит» – важнейший аспект лингвофеноменологического изучения вербального поведения человека.

#### Библиография

- Акимущин И.И. Проблемы этиологии. – М.: Молодая гвардия, 1985. – 192 с.
- Анчел Е. Этнос и история. – М.: Мысль, 1983. – 128 с.
- Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека – Москва: «Языки русской культуры», 1999. – 896 с.
- Бахтин М.М. К философии поступка // Бахтин М.М. Работы 20-х годов. – Киев: Next, 1994. – С. 11–68.
- Выява ў камяні [Электронный ресурс]. Режим доступа – <http://gp.by> 16.
- Кузанский Н. Соч. в 2 т. Т.1. – М.: «Мысль», 1979. – 214 с.
- Гадамер Г. Истина и метод. Основы философской герменевтики. М.: Наука, 1988. – 586 с.
- Герцен А.И. Письма об изучении природы. Письмо третье: Греческая философия // А.И. Герцен Избранные философские произведения. Ленинград: Государственное издательство политической литературы, 1948. – С. 138–184.
- Карманова З.Я. Феноменологические аспекты содержательной структуры слова. – Калуга: Эйдос, 2014. – 260 с.
- Кузанский Н. Об ученом незнании. Соч. в 2 т. – М.: Мысль, 1979. – Т.1.
- Малейчук Г. Ловушки жизни. Выход есть! – СПб: Питер, 2018. – 272 с.
- Мамардашвили М. К. Психологическая топология пути. – СПб.: Мысль, 1999. – 230 с.
- Мерло-Понти М. Феноменология восприятия. Перевод с французского. Под ред. И.С. Вдовиной, С.Л. Фокина. – СПб: «Ювента», 1999. – 217 с.
- Ортега-и-Гассет Х. Эстетика Философия Культура. – М.: Искусство, 1991. – 588 с.
- Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. – СПб: Издательство «Питер», 2000. – 712 с.
- Сенкевич В. Феноменология и реальное языкознание // Язык и метод: Русский язык в лингвистических исследованиях XXI века. Синтаксис текста. Текст в синтаксисе. Лингвистический анализ в Бермудском треугольнике: Комбинаторика – Семантика – Прагматика. – Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2018. – С. 211–229.
- Соловьев В. Чтения о богочеловечестве // Сочинения. В 2 т. – Москва 1989, т.2. – С. 32–97.
- Торчинов Е. А. Буддизм: Карманный словарь. – СПб.: Амфора, 2002. – 187 с.
- Хайдеггер М. Бытие и время. – М.: Академический Проект, 2011. – 460 с.
- Флоренский П.А. У водоразделов мысли. Т.2. – Москва: Изд-во «Правда», 1990. – 447 с.
- Эрн В. Борьба за Логос. Г.Г. Скворода Жизнь и учения. – Минск-Москва: ХАРВЕСТ АСТ, 2000. – 592 с.
- Siankevich V. Логос и дискурс в свете феноменологии // Современный русский язык – проблемы и перспективы. – Siedlce: Wydawnictwo Uniwersytetu Przemysłowo-Humanistycznego, 2018. – С. 15–31.

**12 лет развития политической лингвистики в России (2006–2017 гг.): итоги и перспективы**

Юе Сюе

Даляньский университет иностранных языков, Китай  
116044, г. Далянь, Люйшуньское шоссе, 6  
магистр филологических наук, докторант  
стажер Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, Россия  
E-mail: yuexue@mail.ru

**Аннотация:** Политическая лингвистика в России возникла и развивается как самостоятельная дисциплина. Статья посвящена изданию журнала «Политическая лингвистика» (2006–2017 гг.) под ред. профессора А.П. Чудинова. В статье представлен обзор исследований в области политической лингвистики в России по новым направлениям: теория политической лингвистики, фундаментальная лингвистика, риторика, социолингвистика/лингвокультурология, когнитивная лингвистика, семиотика, семантика/прагматика, корпусная лингвистика и межкультурная коммуникация, предпринята попытка проиллюстрировать контекст 12-летнего развития русской политической лингвистики и предложить многоугольный путь для изучения политической лингвистики во многих странах.

**Ключевые слова:** политическая лингвистика, анализ данных, динамика и перспективы.

УДК 81'272

**12 years of political linguistics development in Russia (2006-2017): Summary and prospects**

Yue Xue

Dalian University of Foreign Languages, China  
116044 Dalian, Lyshun Road, 6  
Master of Philology, PhD student  
Intern of Lomonosov Moscow State University, Russia  
E-mail: yuexue@mail.ru

**Abstract:** Political linguistics in Russia has emerged and is flourishing as an independent discipline. The article discusses publication of the *Political Linguistics* journal (2006–2017) by the Russian scholar A.P. Chudinov, presenting an overview of research in the field of political linguistics in Russia in new directions: theory of political linguistics, fundamental linguistics, rhetoric, sociolinguistics/linguoculturology, cognitive linguistics, semiotics, semantics/pragmatics, corpus linguistics and intercultural communication. The paper attempts to illustrate the context of 12 years of development of Russian political linguistics and offers a multi-directional path for the progress of political linguistics in many countries.

**Keywords:** political linguistics, data analysis, dynamics and prospects.

UDC 81'272

**Введение.** В России политическая лингвистика как самостоятельная дисциплина четко сформулирована, сформирована школа изучения политической лингвистики в лице профессоров Уральского государственного педагогического университета, издающего научный журнал «Политическая лингвистика». Впервые концепция политической лингвистики была представлена А.П. Чудиновым в книге «Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000)» (2001). В настоящее время политическая лингвистика развивается и процветает. Таким образом, несмотря на то, что некоторые ученые начали исследования в этой области, тем не менее, изучение путей развития политической лингвистики в России с точки зрения разного направления до сих пор не было оценено учеными, и поэтому заслуживает углубленного изучения в этом направлении.

**Материалы и методы.** В статье проведен качественный и количественный анализ состояния и тенденций развития политической лингвистики в России по материалам титульного журнала за 12 лет (2000–2017 гг.)? с целью очерчивания общего обзора политических лингвистических исследований, которые, как мы надеемся, расширят наши перспективы в будущем. В результате проведенного статистического анализа и классификации 1410 публикаций журнала «Политическая лингвистика» (2006–2017 гг.), мы установили:

– исследование в целом имеет волатильный восходящий тренд;

– ранние исследования, в основном, сосредоточены на традиционных областях, а в последние годы в данной области появляется многообещающая перспектива.

**Обсуждение. Общая статистика.** За 12-летний период издано 46 выпусков, 1410 публикаций в 33 странах. Как показано на Рис. 1, российский журнал «Политическая лингвистика» с момента своего создания (2006–2017 гг.) демонстрирует тенденцию к динамичному росту. Мы выделяем три очевидных этапа развития: Первый этап (2006–2011 гг.): с момента создания журнала продолжался восходящий тренд, который достиг своего пика в 2011 г. На втором этапе (2012–2014 гг.) количество публикаций в 2012 и 2013 гг. уменьшилось, практически не изменилось с момента создания журнала, а в 2014 г. был отмечен еще один пик публикаций.

Третий этап (2015–2017 гг.) – период волатильности с большим количеством публикаций в 2015 году, с нисходящим трендом в 2016 году и продолжающимся ростом к 2017 году.

Количество публикаций в 2011 году (176 статей), в 2014 году (162 статьи) и в 2015 году (144 статьи) показывает, что за эти три года было опубликовано больше исследовательского материала, а в другие годы шло волатильное развитие. Стоит отметить, что в 2011 году Россия вступила в ВТО; в 66-ю годовщину Великой Отечественной войны на Красной площади состоялся военный парад; экономика страны укрепилась. В 2014 году в Россию вернулся Крым. В 2015 году, в год 70-летия Победы в Великой Отечественной войны, экономика была достаточно слабой, дипломатические отношения сложные. Можно заключить, что крупные политические события в стране косвенно влияют и на развитие научной сферы. Исследования взаимосвязей между языком, политикой и властью в 2011, 2014 и 2015 годах демонстрируют всплеск, а международные политические лингвистические изыскания имеют чрезвычайно важное практическое значение и дают нам направление для выявления взаимосвязей между политикой и властью, воздействующих на дискурс, на язык. Количество публикаций в 2017 году также продолжало расти, что подтверждает более тесные отношения между Китаем и Россией и укрепление стратегического партнерства. Исследования в сфере политлингвистики помогают нам лучше понять позитивный национальный имидж России, углубляя китайско-российскую дружбу и продвигая знаменитый китайский лозунг «Один пояс, один путь»

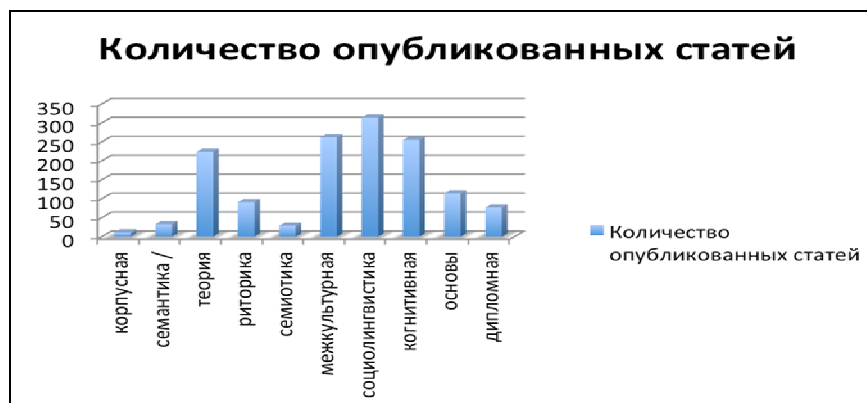
**Статистика по направлениям проблематики.** По результатам анализа проблематики российской политической лингвистики, представленной в выпусках избранного журнала за последние 12 лет мы выделили следующие 10 направлений: теория политической лингвистики, фундаментальная лингвистика, риторика, социолингвистика/лингвокультурология, когнитивная лингвистика, семиотика, семантика/прагматика, корпусная лингвистика и межкультурная коммуникация.

**Рис. 1. Статистика по направлениям проблематики**



Как видно на Рис. 2, исследования по 4 направлениям: социолингвистики/лингвокультурологии, когнитивной лингвистики, межкультурной коммуникации и теории политической лингвистики – составляют большую долю, а риторика, семиотика, фундаментальная лингвистика, корпусная лингвистика и другие – сравнительно небольшие. Корпусная лингвистика видится нам новой перспективой изучения политической лингвистики.

**Рис. 2. Сопоставление количества публикаций по направлениям**



**Исследование динамики и перспективы.** Выделение названных 10 научных направлений помогает сфокусировать наше исследование и сосредоточиться на одном из них, а также повышает креативный потенциал и позволяет системно охватить все виды исследований.

Статистически (приблизительно) основное направление – лингвистика – сосредоточено на изучении терминологических проблем (15%), в частности, метафоризации терминов, юридической терминологии, военной терминологии, спортивной терминологии и религиозно-философской терминологии.

Риторическое направление фокусируется на изучении жанров речи/дискурса (22%), за которым следуют риторические исследования (17%), а также политические лозунги и т.д.

Направление социолингвистики/лингвокультурологии сосредоточено на изучении прецедентных явлений и названий прецедентов (19%), за которым следуют концептуальные исследования (18%), а также на изучении языковой картины мира, стереотипов.

Направление когнитивной лингвистики/когнитивной психологии фокусируется на изучении политической метафоры и имиджа страны, занимающих почти 90%, что свидетельствует о внимании к метафоре в российской полит лингвистике.

Семиотика в последние годы в основном сосредоточена на изучении символических систем (теории) – языковых символов-символических практик (интернет-рекламы, символов на плакатах и т.д.) – культурных ограничений языковых символов.

Семантическое/прагматическое направление фокусируется на изучении контекста, семантического поля, семантических компонентов, семантических вариантов, прагматического анализа, прагматических функций.

Направление межкультурной коммуникации сосредоточено на изучении коммуникативных стратегий и дискурсивных манипуляций (более 90%).

Теоретические направления политической лингвистики – это, прежде всего, обзорные работы, в которых изучаются становление и развитие теории, становление и особенности жанра, а также аналитический обзор научной литературы.

Корпусная лингвистика является новым направлением в изучении политической лингвистики – главным образом, с помощью компьютерного программного обеспечения для анализа политических текстов.

Наблюдения за динамикой и актуализацией аспектов изучения русского политического языка позволили выявить, что некоторые отличия от китайских политических лингвистических исследований помогают нам определить направление поиска и послужить для нас научным ориентиром.

Кроме того, в российской политической лингвистике только зарождаются такие исследования, как полилингвистическое прогнозирование, полилингвистическая персонология, историческая динамика метафорических систем в политической коммуникации, сравнительный анализ политических текстов. Полилингвистическое прогнозирование (О.А. Солопов и др.) является относительно молодым направлением, который изучает специфику прогнозирования политических текстов и политических лозунгов. Полилингвистическая персонология как наиболее перспективное направление политической лингвистики исследует языковую личность в политическом контексте, анализирует речевые особенности и речевые образы политиков. Историческая динамика метафорических систем в политической коммуникации – это быстро развивающееся направление политической метафорики, в котором основное внимание уделяется взаимодействию различных культур на разных этапах развития национальной политической системы в аспекте метафоризации, в том числе диахронические исследования, коллективные проекты. Сравнительный анализ политических текстов включает их сопоставительное изучение в дискурсе разных народов и в дискурсе одного этноса. Эти направления являются актуальными для российской политической лингвистики.

**Заключение.** Таким образом, в статье представлен взгляд с позиций китайского языковеда на развитие политической лингвистики в России, что представляется важным для изучения политических и лингвистических отношений в их взаимном корреспондировании в наших странах. Анализируя исторический контекст развития политической лингвистики в России, мы узнаем о последних тенденциях и горячих точках исследований, а также прогнозируем будущие направления развития. В то же время мы будем лучше понимать позитивный имидж России, созданный посредством углубленного изучения политического языка, который имеет важное практическое значение для углубления российско-китайской дружбы и продвижения нашего китайского «одного пояса, одного пути».

#### Библиография

Воробьёва О.И. Политическая лингвистика. Политический язык как сфера социальной коммуникации: монография. – М.: Издательство ИКАР, 2008.

Политическая лингвистика // [www.politlinguist.ru](http://www.politlinguist.ru)

Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: моногр. Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2003. – 251 с.

Чудинов А.П. Политическая лингвистика. – М., 2006. – 254 с.

Чудинов А.П. Теория и практика лингвистического анализа политического текста: моногр. – Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2016. – 303 с.

王寅. 2017. 认知语言学. [M]. 上海: 上海外语教育出版社

蒋春丽杨可. 2013. 政治话语研究——

俄语语言研究的新方向 [J]. 广东外语外贸大学学报, (6):10–13.

雷大川. 2009. 政治: 一种语言的存在——兼论政治语言学的建构 [J]. 文史哲, (2):162-168.

卢婷婷. 2011. 政治语言学的学科构建——《政治语言学》述介 [J]. 当代外语研究, (1): 60–61.

杨可. 2012. 俄罗斯现代政治语言学——一门新兴的交叉学科[J]. 中国俄语教学, (1): 7–10

孙玉华 彭文钊 刘宏. 2015. 语言的政治vs. 政治的语言——政治语言学的理论与方法. 1) : 1-7

Раздел II. Антропоцентрические аспекты лингвориторической парадигмы

Part Two. Anthropocentric Aspects of Linguistic & Rhetorical Paradigm

Языковая личность поликультурного типа в современном Казахстане

Ананьева Светлана Викторовна

Институт литературы и искусства имени М.О. Ауэзова, Казахстан  
050010, г. Алматы, ул. Курмангазы, 29  
кандидат филологических наук, ассоциированный профессор  
E-mail: svananyeva@gmail.com

**Аннотация:** Культурные, научные, литературные связи Казахстана со странами Востока характеризуются систематичностью, постоянством, хорошей динамикой развития. Транскультурная картина современного мира не будет полной без казахской культуры и литературы; без живых взаимосвязей литературного текста и культурных моделей современности; без продвижения модели отечественного культурного развития, национального культурного кода и казахской литературы в зарубежных странах. В этом контексте языковая личность поликультурного типа играет в современном обществе особую роль.

**Ключевые слова:** национальные литературы, современный литературный процесс, единое культурное пространство, языковая картина мира, художественный перевод, культурный код

УДК 821.512.122+81.27

Multicultural linguistic personality in contemporary Kazakhstan

Svetlana V. Ananyeva

Institute of Literature and Art named after M.O. Auezov, Kazakhstan  
050010 Almaty, Kurmangazy Str., 29  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: svananyeva@gmail.com

**Abstract:** Cultural, scientific, literary relations of Kazakhstan with the countries of the Orient are characterised by systematic and dynamic development. The transcultural picture of the modern world would not be complete without Kazakh culture and literature; without live interconnections of the literary texts and cultural models of our time; without promoting the model of domestic cultural development, the national cultural code and Kazakh literature in foreign countries. In this context, the linguistic personality of a multicultural type plays a special role in contemporary society.

**Keywords:** national literature, contemporary literary process, single cultural space, linguistic picture of the world, literary translation, cultural code.

UDC 821.512.122+81.27

**Введение.** На современном этапе развития национальных культур и литератур казахская культура и искусство развивают и укрепляют свое присутствие в странах Востока. Духовные ценности казахского народа и этносов, проживающих в нашей стране, опыт духовной модернизации, культурный код, который находит свое воплощение, как и языковая картина мира, в художественных произведениях, привлекают внимание исследователей многих стран мира, в том числе ближнего и дальнего Востока. Художественные произведения казахских классиков и современных авторов стали достоянием широкой читательской аудитории многих стран зарубежного Востока.

Национальные литературы в XXI веке «аккумулируют в своем развитии лучшие достижения мировой художественной культуры. Литературы порубежья выходят на новый уровень осмысления отражаемой на страницах художественных произведений действительности» [Карлюкевич, Ананьева 2019: 79].

**Материалы и методы.** Материалом исследования избраны казахско-китайские литературные связи. Русская, казахская и китайская языковые картины мира имеют общие черты и, безусловно, отличия, выявление которых способствует улучшению межкультурной коммуникации.

Методами исследования являются объективно-аналитический и сравнительно-типологический.

**Обсуждение.** Укрепление «культурных и литературных контактов, коммуникативная функция художественного перевода в современном литературном процессе особенно важны. Видение переводчиком национальной картины мира наиболее продуктивно в аспекте диалога двух и более культур и литератур» [Карлюкевич, Ананьева 2019: 79].

Казахская литература, создаваемая казахскими авторами, проживающими в Китае и продолжающими пользоваться арабским шрифтом, изучается в КНР глубоко и всесторонне. Современная казахстанская литература, развивающаяся как на казахском, так и на русском языках, изучается в исследовательских Центрах по изучению Казахстана, функционирующих в университетах КНР.

«Художественный перевод текстов казахских авторов на китайский язык начинает свою историю в Китае с 40-х годов XX века. Литературоведы КНР выделяют в этом процессе два этапа, разделительным знаком в которых выступает распад СССР в 1991 году. Первый этап – с 40-х годов XX века до 1991 года. Второй – с 1991 года по настоящее время», – такую периодизацию предлагает Чжэн Лили [Чжэн Лили 2016: 59].

Из казахской поэзии первыми на китайский язык переводятся стихотворения великого акына, поэта-импровизатора Джамбула Джабаева. Патриотическая направленность его поэзии находит яркий эмоциональный отклик у читателя. Издаются в переводе на китайский язык произведения Сабита Муканова, Габидена Мусрепова и Ильяса Есенберлина.

Активизируются контакты казахских писателей и китайских переводчиков в 80-е – 90-е годы XX века. «В 1981 году журнал “Литература Советского Союза” напечатал рассказ Дукенбая Досжана “Перевал молодой женщины”. В 1982 году журнал “Летающее небо” (№7) – рассказ Калдарбека Найманбаева “Двое супругов и другие”. В 1987 году журнал “Китайская западная литература” – “У теплого родника” Саина Муратбекова. Основанный Союзом китайских писателей журнал “Народная литература” – рассказ Аманжолы Шамкенова “Рассвет на джайляу” в переводе Шажаня» [Чжэн Лили 2016: 61].

Интерес к казахской литературе настолько усиливается, что одно и то же произведение казахского автора переводится на китайский язык разными переводчиками. В книге «Лучшие рассказы советской литературы за 60 лет» опубликовано произведение Саина Муратбекова «У теплого родника» в переводе Чжоу Миньшана.

Активность литературных контактов писателей Казахстана и переводчиков и издателей в Китае подтверждают многочисленные факты литературных переводов в 1990-е и 2000-е годы. Языковая личность переводчика в это время выступает как поликультурная личность, сформированная и воспитанная на стыке культур и литератур.

«Обращает на себя внимание многообразие литературных журналов в КНР. Повесть Алдана Смаилова “Поздняя весна” опубликована на страницах одиннадцатого номера журнала “Китайская западная литература” за 1988 год. Повесть “Белая аруана” Сатимжана Санбаева, переведенная на многие мировые языки, увидела свет и в журнале “Народные писатели” (КНР). В центре повествования – судьба белой верблюдицы, постоянно возвращающейся домой, как бы далеко ее не угоняли в степь. В 1991 году на китайский язык Лю Сяньпином переведены произведения Акима Тарази. А переводчик Юань Лихуа в одной из своих статей рассказывает о том, как работал над переводом произведения Тахауи Ахтанова на китайский язык и опубликовал его в журнале “Народные писатели”» [Чжэн Лили 2016: 62].

«Белая аруана» С. Санбаева, созданная автором на русском языке, впервые в истории казахской литературы включена в антологию лучших произведений о животных, изданную в Великобритании. Повесть переведена на многие языки народов мира.

Особую ценность в плане компаративных исследований представляет изданная в 2003 году «Народным издательством» КНР книга «Дружба на Шелковом пути – моя любовь к Казахстану» известного исследователя и переводчика Су Чжоушуня. Автор рассказывает о своей работе над переводом на китайский язык рассказов М.О. Ауэзова «Сирота» и «Красавица в трауре».

Интересен опыт издания на китайском языке романа Г. Мусрепова «Солдат из Казахстана». «В 2004 году произведение, посвященное теме Великой Отечественной войны, издано Синьцзянским “Издательством фото- и художественных произведений” на казахском языке арабским шрифтом, которым пользуются тюркские народы КНР. В 2005 году “Солдат из Казахстана” Г. Мусрепова увидел свет в “Издательстве народов” (КНР). Этим же издательством опубликован прозаический сборник современного казахского автора Рахимжана Отарбаева “Черный смерч” в переводе Еркеша Курманбека, включающий повести “Градус жестокости”, “Последняя граната”, “Золотые печати пяти коней”, “Пушкин и Махамбет”, “Песня на Волге”, “Одиночество”, “Встреча в дороге”, “Черный смерч”, “Крылатая белая бабочка” и др.» [Чжэн Лили 2016: 63].

В 2010 году издана на китайском языке книга известного казахского писателя и ученого-тюрколога Немата Келимбетова «Не хочу терять надежду». Факт особо примечательный, так как это не научная монография и не художественное произведение. Это разговор автора с современниками о смысле жизни и рассказ о своей нелегкой, порой трагической судьбе.

Одним из новых переводов на китайский язык является «перевод рассказа Сатимжана Санбаева “Мальчик и собака”, увидевший свет в издательстве “Буревестник”. В 2015 году шанхайское “Издательство литературы и искусства” опубликовало широко известное произведение Чингиза Айтматова и Мухтара Шаханова “Плач охотника над пропастью” с интересными философскими диалогами о времени и судьбе цивилизаций» [Чжэн Лили 2016: 64].

Но чаще всего в КНР переводили на китайский язык и издавали стихотворения Абая Кунанбаева. Поэму Абая «Искандер» в 1950 году перевел на китайский язык Ха Бай. Произведение Абая Кунанбаева опубликовал журнал «Переводы», позже переименованный в «Мировую литературу». В переводе Ха Бая в 1958 году вышел в свет однотомник произведений А. Кунанбаева. «Избранное» и «Слова назидания» Абая изданы Синьцзянским «Народным издательством», соответственно, в 1982-м и 1985-м годах. В 1987 году Пекинским народным издательством публикуется научная монография Ха Бая «Абай и его произведения». «Издательство народов» в 1993 году издает дополненный и переработанный «Сборник стихотворений Абая». И как итог переводческой деятельности Ха Бая – его исследование «Сборник научных исследований об Абаяе» (1995).

В юбилейном 1995 году, когда вся мировая общественность под эгидой ЮНЕСКО отмечала 150-летие со дня рождения великого казахского поэта, философа, мыслителя Абая Кунанбаева, в Китае изданы «Слова назидания» А. Кунанбаева в переводе Су Чжоушуня и Акбара Мажита. Свообразие книги Чжэн Лили видит в том, «что перевод на китайский осуществлен с русской версии “Слов назидания”, тексты Абая опубликованы

на китайском и казахском языках. Шесть разделов из этого издания опубликованы известным китайским журналом “Читатель”. Новыми изданиями стали “Абай – Полярная звезда над казахской степью” Чжэн Чжэндуна (Издательство народов, 2003) и “Казахские философские произведения-назидания Абая” (Китайское издательство Международного радиовещания, 2016)» [Чжэн Лили 2016: 65].

О знакомстве с Акбаром Мажит вспоминает известный ученый, культуролог, общественный деятель, первый посол Республики Казахстан в КНР М.М. Ауэзов, отмечая его блистательный китайский и великолепный перевод Абая на китайский язык.

Акбар Мажит – единственный представитель национального меньшинства (56 национальностей) получил общекайтайскую Госпремию. «Слова назидания» Абая великолепно переведены им на китайский язык, прекрасно изданы.

В рамках Международной литературной Биеннале 3 июня 2017 года в Национальной библиотеке Республики Казахстан состоялась презентация 4-х томника избранных произведений А. Мажита, что стало важным событием в плане укрепления казахско-китайских литературных связей.

Известный казахский писатель, член Союза писателей КНР и созданного в сентябре 2014 года Союза писателей народов мира, лауреат Государственной премии Китая, главный редактор журнала «Китайские писатели», член Народного политического консультативного совета КНР Акбар Мажит посетил и Институт литературы и искусства имени М.О. Ауэзова, рассказал о своем творчестве и любви к русской и казахской литературам, познакомился с экспозициями Дома-музея М.О. Ауэзова.

9 октября 2018 года в Институте литературы и искусства имени М.О. Ауэзова состоялась встреча с делегацией ученых из Китая в составе профессора Хоу Вэйхонг, ассистента-исследователя Ван Сяюой, ассистентов профессора Хоу Дэн и Вэн Хэйсонг. Делегации из Пекина переданы научные издания Института «Мировой литературный процесс XXI века», «Новейшая зарубежная литература» и др.

Известно в Китае творчество патриарха казахской литературы, непревзойденного мастера художественного слова Абди-Жамила Нурпеисова, роман-диалогия которого «И был день... И было утро...» художественно раскрывает трагедию гибнущего Арала. Соль со дна высохшего моря степной ветер разносит по всему земному шару.

Вот и новая повесть А. Нурпеисова «Акшатау» пронизана болью за родную землю. «Море обмелело и высохло. Люди перебрались в другие места... Если в той стороне с Байконура стартует ракета, то на этой стороне целую неделю дует, завывая, стремительный, напористый, сумасшедший ветер Арала, не давая открыть глаза. Со дня засохшего моря с воем и грохотом поднимается в небеса мелкий, белый солончак, превращаясь в свирепую пургу, так что вышедший на воздух человек, не видя дороги в этой сумятице, снова спешно спрячется в доме. Сказать легко, а вот жить в этом краю могут только сильные духом люди. И кто сейчас знает, как в разное время называлась эта земля в блеклой, высохшей голой степи, где ни то что людей, зверей-то не сыщешь, кто здесь размещался, развивался и процветал, живя честь по чести в ликованиях и радости, в земной мудрости и печали?!

Те, кто в свое время знал и помнил это, ушли, как говорится, в мир иной. А нынешние, оставшиеся в живых потомки Жакаима-ата... эх, от этих бедолаг какая польза, какая на них надежда?! Сегодня и они, подобно диким степнякам, в заботах о существовании, о семье бродят, поди, скитаются, куда глаза глядят, пронизываемые ветрами, словно гонимое холодным ветром перекасти-поле» [Нурпеисов 2015: 17].

Экологическая катастрофа – бедствие общее. И выход из сложившейся ситуации искать всем. К этому и призывает А. Нурпеисов.

Таким образом, художественная литература объединяет людей, открывает другие национальные миры.

**Заключение.** Дальнейшее развитие творческих и научных контактов между исследователями, переводчиками, писателями и поэтами Казахстана и стран Востока активизировало новые научные проекты в рамках Великого Шелкового пути, создание новых научных трудов.

Художественная литература и художественный перевод помогают выстраивать мосты сотрудничества, в этом процессе роль языковой личности поликультурного типа незаменима. В ближайшее время будут реализованы новые проекты, в том числе издание произведений Абая Кунанбаева на китайском языке запланирован выход в свет Антологии современной казахской прозы и поэзии на шести языках ООН. В Китае она будет издана издательством наций Китайской Народной Республики.

В целом, подчеркнем, что языковая личность поликультурного типа играет важную роль в формировании положительного имиджа Казахстана за рубежом, в том числе в странах Востока.

#### Библиография:

Карлюкевич А.Н., Ананьева С.В. Казахстан – Беларусь – Китай: литературное сотрудничество в XXI веке // Беларуская думка, 2019, № 8. – С. 79–84.

Нурпеисов А. Акшатау // Казахстан – Россия. Литературный альманах. – Алматы: ИД «Жибек жолы», 2015. – С.12–10.

Чжен Лили. Казахская литература: история переводов на китайский язык и исследование в Китае / Лили Чжэн // Мировой литературный процесс: контент, направления, тренды. Учебное пособие / Отв. редактор С. Ананьева. – Алматы: Гылым ордасы, 2016. – С. 59–71.

## К истории изучения языковой личности филолога: Аполлос

Арискина Ольга Леонидовна

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева, Россия  
430005, г. Саранск, ул. Большевикская, 68/1  
доктор филологических наук, доцент  
E-mail: ariskina@list.ru

**Аннотация.** Впервые проанализирована грамматика Аполлоса с целью описания при помощи методов антропологической лингвистики и когнитивистики языковой личности ее автора. Выявлено, что характерный для грамматики режим трансляции обусловил особенности, отраженные на разных уровнях данной языковой личности: терминированность, акцент на речи, ключевые концепты, пересечение ценностного отношения и прагматических установок и др. Перспектива исследования видится в перенесении лучшего из филологии прошлого на матрицу современного образования.

**Ключевые слова:** языковая личность, Аполлос, грамматика, дискурс, метафора, концепт.

УДК 811.161.1:81'23

## Apollo: History of research into a philologist's linguistic personality

Olga L. Ariskina

Mordovia State University named after N. P. Ogarev, Russia  
430005 Mordovia, Saransk, Bolshevikskaja Str., 68/1  
Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor  
email: ariskina@list.ru

**Abstract.** It is for the first time that Apollon's grammar is explored so as to reconstruct his linguistic personality with application of methods of anthropological linguistics and cognitive science. The paper finds that the aspects shown at multiple levels of this linguistic personality are conditioned by the transmission mode specific of grammar. These aspects concern terminating mode, emphasis on speech, key concepts, the overlap of the values-based and pragmatic attitudes, etc. The prospects for future research involve transferring the past philological achievements onto the matrix of modern education.

**Keywords:** linguistic personality, Apollon, grammar, discourse, metaphor, concept.

UDC 811.161.1:81'23

**Введение.** Антропоцентрическая парадигма – яркая особенность гуманитаристики нашего времени. Филология не стала исключением [Человек и его дискурс 2014]. Так, внимание исследователей языка сосредоточено на человеческой коммуникации, на осознании и познании языковой/ коммуникативной/ дискурсивной/ риторической личности (терминологических номинаций данного явления с каждым годом становится все больше [Арискина, Дрянгина 2011а]). Активно описываются языковые / коммуникативные личности журналиста, ведущего ток-шоу [Беспамятного 2002], политика [Арискина, Пулов, Нескин 2016], предпринимателя [Тупицына 2000], создаются речевые портреты переводчика [Шевченко 2005], интеллигента [Крысин 2001], царя [Шилина 2003], изучается идиостиль писателя [Менькова 2004], педагога [Дрянгина 2008], ученого [Арискина, Дрянгина 2011б], [Сивцова, Арискина 2013] и др.

Более десяти лет научное объединение молодых ученых филологического факультета Мордовского государственного университета «Антропологическая лингвистика» при содействии ученых из других вузов (российских и зарубежных (например, Масариков Университет в Брно) занимается изучением языковой личности филологов прошлого, пытаясь заполнить лакуну в истории российского филологического образования [Арискина 2012; 2019], [Пулов 2017]. Актуальность данной работы видится в том, что современное филологическое образование является результатом исторического развития, поэтому важно понимать, кем, как и когда были заложены основы науки о языке и как на формулирование теорий повлияли личностные особенности ученых, т.е. как языковая личность создателей научного дискурса отразилась в тексте. Кроме того, представляется перспективным создание ценностных ориентиров современного образования на концептосфере дореволюционных грамматик и культивирование важных особенностей языковой личности современного педагога под влиянием языковой личности филологов и методистов прошлых веков [Арискина 2015].

**Материалы и методы.** Цель данной статьи – анализ языковой личности Аполлоса (Байбакова Андрея Дмитриевича, 1737 – 1801), епископа Архангельского и Холмогорского, автора «Грамматики, руководствующей к познанию славено-российскаго языка» (Киев, 1794). Анализ материала будет основываться на методологии когнитивной метафорологии Дж. Лакоффа (George Lakoff) [Лакофф 2004], теории языковой личности Ю.Н. Караулова [Караулов 1987], концепции философа и историка науки М.К. Петрова [Петров 2004]. Любой научный труд – это результат общения автора с читателем и квинтэссенция знаний, названная в работах М.К. Петрова социокodem, функционирование которого обеспечивает общение в различных режимах: коммуникации (ее модель – общение коллег или партнеров), трансляции (ее модель – отношения между учителем и учеником) и трансмутации (ее модель – трансформация старых идей, чужих и собственных, возникновение новых) [Петров 2004: 39].



Функционирование социокода отражается на определенном уровне структуры языковой личности. Вслед за Ю.Н. Карауловым [Караулов 1987] мы будем описывать языковую личность ученого как трехуровневую иерархию: 1) вербально-семантический уровень, отражающий степень владения языком; 2) лингвокогнитивный уровень (или тезаурусный), отражающий картину мира языковой индивидуальности; 3) прагматический уровень (или мотивационный), включающий цели, мотивы, интересы, установки [Караулов 1987: 3]. Ведущим элементом лингвокогнитивного уровня и генератором трансляции и трансмутации научного знания мы вслед за Дж. Лакоффом [Лакофф 2004] считаем метафору. Используя перечисленные технологии, мы попытаемся описать языковую личность автора грамматического труда 1754 года.

**Обсуждение.** Рассмотрим, как отражаются особенности Аполлоса в структуре языковой личности (далее – ЯЛ) ученого-филолога. В центре вербально-семантического уровня ЯЛ Аполлоса находится лингвистическая терминология, что выглядит не как особенность, а скорее – как основная характеристика ЯЛ любого лингвиста. Самое интересное заключается в том, что в метаречи Аполлоса есть фрагменты, когда весь текст состоит из одних терминов, т.е. дискурс полностью терминирован: «Грамматическое разобраніе. «Чтеніе, происходитъ отъ учащательнаго глагола *чту, читаю*. Имя существительное, рода средняго, склоненія втораго, именительный падежь единственнаго числа» [Аполлос 1754: 17]. Думается, что здесь реализуется цель точного, однозначного донесения научного знания: использование терминов помогает в данном случае избежать трансляционных помех между автором грамматики и адресатом. Следовательно, использование терминологической лексики становится чертой не только вербально-семантического, но и прагматического уровня ЯЛ Аполлоса.

Человек, в отличие от животных, наделен разумом и речью, поэтому много внимания Аполлос уделяет лексемам, обозначающим мыслительную и речевую деятельность: 1) слова, характеризующие интеллектуальную деятельность (*разумъ, понятіе, значит, мненіе, думаю, мыслю, мыслить, мыслишь, число, числишь* и др.); 2) слова, характеризующие речь, речевую деятельность, речевое поведение (*говорить, писать, слово, словопроизведеіе, складъ, стихи, голосъ, слогъ, слыхаль, услышу* и др.) [Аполлос 1754].

Данная группа слов настолько обширна, что мы решили выделить внутри нее еще несколько пластов лексики: 1) слова, описывающие устную речь: *говорить, голосъ, слыхаль, услышу, речистъ, самогласная, согласная, слыхать, говоритъся, послушайте, услышь, гласъ, сказать, глашу, гласишь, вижжу, кричу, браню, прошу, крикну, пращиваль, попрошу, просиль, свистываль, звахъ, разглагольствовахъ, просихъ, славословлю, башу, бацишь*; 2) слова, характеризующие письменную речь: *писать, письмо, чтеніе, пишу, читаю, читаль, читай, читать, правописаніе, напишу, буква*. Нельзя не заметить, что лексемы, характеризующие устную речь, количественно превосходят слова, обозначающие письменную речь. Таким образом, ЯЛ Аполлоса отличается от ЯЛ многих его предшественников и современников пристальным вниманием к устной коммуникации. Важное место в жизни грамматиста занимает обучение, о чем свидетельствует использование лексем: *книга, упражненіе, просвещаетъ, училище* и др.

На лингвокогнитивном уровне проявляется ценностное отношение ученого к труду: «Ты трудишься, а онъ спить» [Аполлос 1754: 144]; к вере: «трубящій ангель; несущій слово Божіе» [Там же: 168]; к родному языку: «Смотреть выраженій Россійскаго языка, которія съ другими языками несходны. При чемъ не предаваться излишнему попеченію о сочиненіи словъ; дабы не умалить красоту языка» [Там же: 166]. Как видим, говоря о важных для него вещах, автор использует антитезу, эпитеты. Аксиологическое отношение к языку, слову, букве присутствует во всем дискурсе Аполлоса. Ценность буквы проявилась даже в рубрикации, в предпочтении буквы цифре.

Особое отношение автора не только к грамматике, но и к живописи, т. е. к тем областям, которые могут отображать жизнь: одна – при помощи слова, другая – красок. В результате невольно появляется аналогия: слова, подобно кисти и краскам, являются средством изображения всех нюансов мира и жизни человека. А следовательно, этим обусловлено почтительное, трепетное отношение к такому занятию, как чтение: «Чтеніе книгъ должно быть главнейшимъ упражненіемъ честнаго человека! Оно просвещаетъ разумъ, и исправляетъ сердце! Благополучны те, которые довольны бывають уединенною жизнію! Они провождаю время во чтеніи, не знаютъ скуки; которая среди роскошей истребляетъ празднолюбцевъ» [Там же: 166]. В данной фразе присутствует и императивность, и эмоциональность, и яркая образность, созданная эпитетами и метафорами, – все это говорит о неравнодушном отношении автора к предмету речи. Однако в этом высказывании прослеживается выход не только на лингвокогнитивный уровень ЯЛ, но и на прагматический: автор ставит цель перед читателем, реализация которой ведет к благополучной жизни. Вообще если говорить о дискурсе Аполлоса, то следует заметить, что в нем часто происходит совмещение ценностного отношения и целевой установки.

На прагматическом уровне ЯЛ Аполлоса прослеживается тенденция разъяснения терминологической номинации: «Действительный, значить деяніе..., страдательный, значить страданіе... Средній, который ни действия, ни страданія не значить... Правильный последуетъ въ спряженіи общимъ правиламъ... Неправильный отъ общихъ правилъ ступаетъ... Къ сему отнеги можно упоминаемые въ Славенскомъ Грамматике, стропотный и лишаемый» [Там же: 50]. Также встречаются ссылки и на труды М. В. Ломоносова [Там же: 10, 51]. Знаком автор с греческими и латинскими трудами и грамматикой Ф. Максимова. Важно, что, проанализировав традицию в подаче того или иного научно-учебного материала, автор высказывает собственную точку зрения по данному вопросу: «По мненію моему нужно къ симъ четыремъ прибавить пятое: давно прошедшее. Равнымъ образомъ и въ Латинскомъ языке» [Там же: 51] Здесь наблюдается трансмутация научного знания, а значит, можно говорить о выходе на прагматический уровень анализа ЯЛ Аполлоса.

При анализе прагматического уровня ЯЛ Аполлоса следует сказать о структурированности его грамматики, о четко проработанной системе ссылок (не только на авторитеты, но и на свои рассуждения в работе: «...о чемъ въ своемъ месте» [Там же: 13]), о реализации принципа наглядности (в два столбца приводятся числовые

значения церковнославянских букв [Там же: 10]), об императивном характере его изложения («надлежит примечать...» [Там же: 13]; «должно писать» [Там же: 8]; «должно следовать правилам» [Там же: 71]; «должно быть» [Там же: 8] и др.). Само название работы Аполлоса – «Грамматика руководствующая къ познанию словено-российскаго языка» – говорит нам о том, что одной из целей автора было показать различие в употреблении двух языков, а следовательно, различия церковной и гражданской азбуки, различия в морфологических формах и др. И эта цель, безусловно, была реализована.

**Заключение.** Когда мы говорим, что антропоцентрическая парадигма – яркая особенность гуманитаристики нашего времени, мы не должны забывать, что и в более далекие времена в центре лингвистической науки находился человек, ибо только человек мог владеть языком. Анализируемый грамматический труд создавался в режиме трансляции, в направлении социокода от наставника к ученику. Именно это и обусловило те особенности, которые мы описываем на разных уровнях языковой личности Аполлоса: терминированность дискурса, усиленное внимание к речи (особенно устной), педагогическая лексика (основные характеристики языковой личности Аполлоса на вербально-семантическом уровне); ключевые концепты в картине мира ученого – «Труд», «Учение», «Вера», «Слово» («Язык»), «Грамматика», «Живопись», «Чтение» (характеристики лингвокогнитивного уровня). В языковой личности Аполлоса часто наблюдается пересечение ценностного отношения и прагматических установок. Так, анализ терминологических дефиниций показал, что ученому важен принцип словесной наглядности для эффективного режима трансляции социокода. Однако трансмутация научного знания тоже характерна для данной языковой личности, она возможна, когда анализ и оценка идей других ученых порождает собственные мысли грамматиста, формирует его позицию, точку зрения. И, безусловно, необходимо изучать труды ученых прошлого, чтобы понять, какие языковые личности стояли у истоков филологической и педагогической науки, чтобы лучшее, что было в прошлом, могло быть перенесено на матрицу современного образования.

#### Библиография

- Аполлос (Байбаков А.Д.) Грамматика, пуководствующая к познанию славено-российскаго языка. – Киев: Тип. Киево-Печерския лавры, 1794. – 168 с.
- Арискина О.Л., Дрянгина Е.А. Языковая и коммуникативная личность: различные подходы к исследованию // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011а. – № 25 (240). – С. 15–18.
- Арискина О.Л., Дрянгина Е.А. Языковая личность первых славянских грамматистов (на материале грамматик Лаврентия Зизания и Мелетия Смотрицкого) // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2011б. – № 71. – С. 720–734.
- Арискина О.Л., Пулов Е.В., Неськин Ю.А. Концепты «Власть» и «Народ» в политическом дискурсе Г.А.Зюганова // Язык и мышление: Психологические и лингвистические аспекты: Материалы XVI Международной научной конференции. – 2016. – С. 96–98.
- Арискина О.Л. Языковая личность Е.Б. Сырейщикова // Русский язык в школе. – 2012. – № 10. – С. 40–46.
- Арискина О.Л. Языковая личность ученых эпохи Екатерины II: анализ вербально-семантического уровня // Русский язык в контексте национальной культуры: Материалы IV Международной научной конференции, посвященной 100-летию со дня рождения А.И. Солженицына. 2019. – С. 21–27.
- Беспамятнова Г.Н. Языковая личность телеведущего в рамках риторического этоса (на материале игровых программ): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2002. – 20 с.
- Дрянгина Е.А. К вопросу о формировании языковой личности педагога // Культура речи и деловое общение: мат-лы Всерос. науч.-практич. семинара (г. Саранск, 24–29 сентября 2008 г.) – Саранск: Тип. «Крас. Окт.», 2008. – С. 101–104.
- Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 263 с.
- Крысин Л.П. Современный русский интеллигент: попытка речевого // Русский язык в научном освещении. – 2001. – № 1. – С. 90–107.
- Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. – М., 2004. – 256 с.
- Менькова Н.Н. Языковая личность писателя как источник речевых характеристик персонажей: По материалам произведений Б. Акунина: Дис. ... канд. филол. наук. – М., 2004. – 175 с.
- Петров М.К. Язык, знак, культура. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 328 с.
- Пулов Е.В. Метафоризация научного дискурса первой половины XX века (на материале лингвистических работ Л.В. Щербы, В.А. Богородицкого, Н.В. Крушевского, И.А. Бодуэна де Куртенэ) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 12-1 (78). – С. 144–147.
- Сивцова Н.В., Арискина О.Л. Языковые средства выражения знания в лекционной речи М.М. Бахтина // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2013. – № 91. – С. 1759–1769.
- Тупицына И.Н. Лексико-семантические особенности речевого образа предпринимателя в устном деловом дискурсе: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ульяновск, 2000. – 21 с.
- Человек и его дискурс – 4: коллективная монография / Отв. ред. М.Р. Желтухина; ВГСПУ; ИЯ РАН. – М.: ИЯ РАН; ООО «ИЦ «Азбуковник», 2014. – 399 с.
- Шевченко О.Н. Языковая личность переводчика: на материале дискурса Б.В. Заходера: Дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2005. – 255 с.
- Шилина С.А. Языковая личность Ивана IV: на материале документов XVI – XVII веков: Дис. ... канд. филол. наук. – Брянск, 2003. – 232 с.
- Ariskina O. Formation of value orientations in modern education on the axiological basis of XVI–XVIII centuries grammars // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2015. – T. 214. – С. 825–832

**Письмо как исторический документ и область переживания: об одном послании Арама Хачатуряна**

Батишева Валентина Николаевна

Самарский государственный институт культуры  
443010, г. Самара, ул. Фрунзе, 167  
доцент с учёным званием доцент,  
Лауреат Всероссийского и Международного конкурсов  
E-mail: presto63@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности эпистолярного жанра, раскрываются понятия личного (частного) письма и его генезис, анализируется письмо А. Хачатуряна, адресованное автору статьи, делается вывод о его значимости как историческом аутентичном документе, который раскрывает масштаб личности композитора.

**Ключевые слова:** А. Хачатурян, эпистолярный жанр, письмо, слово, текст.

УДК 82.6

**The letter as a historical document and an object of feelings:  
A case of Aram Khachaturian's message**

Valentina N. Batisheva

Samara State Institute of Culture, Russia  
443010 Samara, Frunze Str., 167  
Associate Professor, Laureate of all-Russian and international Contests  
E-mail: presto63@mail.ru

**Abstract.** The paper discusses the features of the epistolary genre, reveals the concept of personal (private) writing and its genesis, analyzes Aram Khachaturian's letter addressed to the author of this article and makes a conclusion that the composer's letter is important as a historical authentic document that reveals the scale of his personality.

**Keywords:** A. Khachaturian, epistolary genre, letter, word, text.

UDC 82.6

Несмотря на присущую эпистолярному жанру лаконичность, письма способны сами по себе стать свидетельством времени, если они написаны талантливой личностью.

*З.С. Стороженко*

**Введение.** Имя А.И. Хачатуряна (1903 – 1978) – классика отечественного музыкального искусства – известно как в нашей стране, так и во всём мире. Его музыка звучит повсюду и волнует сердца многих людей. И тем интереснее и ценнее для современного человека будет узнать о его эпистолярном наследии, в котором воплощались мысли, чувства, переживания, душевная щедрость, необыкновенная наблюдательность и открытость композитора, давалась оценка различным явлениям искусства, событиям общественной жизни. В своих письмах Хачатурян предстаёт как незаурядная многогранная творческая личность, а также как обычный человек, которому не чужды заботы о родных и близких, об их радостях и печалях.

*Цель* статьи – раскрытие личностных качеств композитора, его идей, человеческих взаимоотношений посредством осмысления частного (личного) письма, адресованного автору. Данное письмо не известно широкой аудитории. Его оригинал был впервые полностью опубликован в сборнике «Армения: притяжение культуры» (Самара, 2019).

**Материалы и методы.** Ключевыми понятиями, раскрывающими данную тему, являются следующие: эпистолярный жанр, личное (частное) письмо, текст, слово.

*Эпистолярный жанр* (от устаревшего слова «эпистола»: лат. epistola – письмо, послание) – это письменный жанр, особая форма словесности, средство делового и личного общения, транслируемое в текстах.

*Личное* (частное) письмо – «жанр разговорного стиля, представляющий собой неофициальное письменное общение людей» [Лемов 2006: 105]. К его структурно-стилистическим характеристикам относятся: сочетание в тексте элементов монологической и диалогической речи, использование устно-разговорных языковых средств, свободная композиция, соблюдение речевого этикета и др. При этом языковые средства, выбираемые автором письма, зависят от характера отношений и стиля общения между ним и получателем письменного сообщения. Письмо, как известно, – древнейший и популярнейший эпистолярный жанр, который зарождался в античные времена. Переписка на протяжении многих веков была единственным доступным способом коммуникативного взаимодействия. Так, в ещё дописьменный период существовали узелковое, рисуночное (пиктография), словесно-слоговое и слоговое, или силлабическое письмо, что было «одной из величайших «информационных революций» за историю человечества» [Происхождение вещей 1995: 251]. С открытием письменности наступает эра цивилизации, когда человек передавал свои мысли, эмоции и представления с помощью письма. Эти послания (в разные эпохи) отличались интимно-диалогическим, дидактическим, научно-публицистическим, художественно-эстетическим, поэтическим характером. На Руси эпистолярный жанр

использовался в берестяных грамотах, письмовниках. В них излагались основные правила ведения переписки, давались образцы различных видов писем. Позднее появились литературные произведения, созданные в этом жанре. Наиболее известны здесь письма протопопа Аввакума, переписка Ивана IV Грозного с А. Курбским, «Письма русского путешественника» М.М. Карамзина, «Философские письма» П.Я. Чаадаева, «Бедные люди» Ф.М. Достоевского и др. [Уртминцева 1997: 522].

Сегодня интерес представляют переписка и письма выдающихся деятелей культуры и искусства не только прошлого, но и настоящего времени. Это эпистолярное наследие («Письма Бетховена», «Письма С. Рахманинова», «Письма А.А. Блока к жене», «Письма к сыну» В.А. Сухомлинского, «Письма о добром и прекрасном» Д.С. Лихачёва, «Письма Д. Шостаковича», «Письма А. Хачатуряна» и др.) имеет огромное культурно-историческое, познавательное, воспитательное значение. В текстах этих писем, по убеждению Д.С. Лихачёва, лежит «понимание всей стоящей за текстом жизни своей эпохи», а основой каждого искусства, глубинной их сущностью становятся «слово и связь слов» [Цит. по: Смелкова 1998: 61]. Смысловые значения и проекции слова в системе культуры конструируют различные лингвокультурологические модуляции, темы, контексты и метафоры коммуникации [Альфиренко 2010; Аскольдов 1997; Белкин, Ионесов 2016; Воробьёв 1997; 1999; Ионесов 2018; Нестеренко, Ионесов 2013; Полушкин, Михелькевич, Ионесов, 2004; Рузер-Браунинг, Ионесов, 2018; Тер-Минасова, 2000].

«В этой связи слово в дискурсе культурологического осмысления выступает как знак, персонаж, событие, образ, ретрансляция и передача самого существенного и различаемого. Удерживая в себе исторический субстрат и способность артикулировать социальные смыслы, значения и ценности, языковые конструкты служат важным источником структурно-генетической реконструкции культуры» [Ионесов 2019]. Данное обстоятельство побуждает обратиться к *методу анализа*, позволяющему раскрыть значение личного письма А. Хачатуряна как особый исторический артефакт.

**Обсуждение.** Отметим, что творческая деятельность музыканта, композитора всегда предполагает связь с современностью и устремлённость в будущее, единство личного и общественного. По словам Л. Бетховена, «Человеческая жизнь в такой же мере отражает жизнь общества, в какой общество представляет собой индивидуум в более широком смысле» [Письма Бетховена 1997: 4]. Хачатурян, как и Бетховен, был ярко социальной личностью. В его музыке и эпистолярном наследии отразились личные взгляды, раздумья о развитии музыкального искусства, тревога за судьбу молодых композиторов – его учеников, внимание к их творчеству, новым произведениям, волнение за близких людей.

В письме, адресованном автору в 1970 году, Арам Ильич предстаёт внимательным, отзывчивым, непосредственным и открытым человеком, не скрывающим своих проблем. Он пишет: «Милая Валентина! Давно собираюсь ответить Вам на письмо, но до сих пор не удавалось. Ваше письмо, если не ошибаюсь, получил в сентябре. Вскоре, после получения Вашего письма, я уехал за границу на концерты. Я был в Западной Германии. Вернулся я из командировки 1-го октября, а 14 октября я уже был в больнице, откуда я пишу вам сейчас это письмо. У меня очень большой желудок (язва), и я часто попадаю в больницы. Таким образом, я не мог Вам написать письмо раньше. Теперь, когда я оправдался, теперь я могу отвечать Вам, по существу» [Батишева 2019: 159].

Какова же предыстория письма Хачатуряна? В 1970 г. я работала педагогом в ДМШ №1 г. Чапаевска Куйбышевской (Самарской) области. В процессе изучения пьес из его «Детского альбома» для фортепиано у меня возникли вопросы. Написав письмо Араму Ильичу, я попросила его рассказать об истории создания Альбома, о тех детях, которым были посвящены пьесы, о содержании его программных миниатюр. В заключение проинформировала композитора о том, что дети моего класса исполняют пятнадцать произведений из Альбома в концерте в честь 50-летия Армении. Как следует из ответа Хачатуряна, он был рад узнать об этом и просил сообщить ему о том, как пройдёт концерт, какие впечатления будут у публики. В ответном письме я поблагодарила композитора, выслала ему фото с праздничного концерта, вырезки с информацией о нём из местной прессы. Для музыкальной общественности города послание Хачатуряна стало большим событием.

Но вернёмся к письму Арама Ильича. Из него видно, что композитор стремится приобщить юных музыкантов к современному звуковосприятию: «Надо их уши приучать к новым гармониям, новым ритмам и новой форме». Тем не менее, Хачатурян сетует, что очень мало сочинил для детей, однако считает, что «все обязаны писать для детей. Ведь это наше будущее» [Батишева 2019: 159]. И действительно, без детского репертуара невозможно воспитание хорошего исполнителя, музыканта-профессионала, любителя музыки. Свой «Детский альбом» Арам Ильич создавал на протяжении ряда лет (первую тетрадь – с 1926 по 1947 г., вторую в 1946–1965 гг.). Он посвятил пьесы первой тетради своим детям и племянницам, подробно описав их деятельность в тот период [Батишева 2018: 65; 2019: 160].

Письмо композитора явилось источником полезной и необходимой информации, помогающей раскрыть замысел и художественный образ произведений. Так, с удивлением узнала, что «героем» миниатюры «Лядо серьёзно заболел» был не ребёнок, а домашний любимец – «королевский пудель, белый, большой и очень красивый, дважды лауреат собачьей выставки (две золотые медали). Я должен был назвать собаку на «Л». Я взял две музыкальные ноты ля и до. Лядо заболел чумкой. Все в доме грустили и особенно мой сын Реник, он же Карен. По этому поводу я написал грустный хорал. Это пьеса на гармонию. Гомофонная музыка» [Батишева 2019: 160].

С большим юмором композитор описывает образы пьесы «Две смешные тётеньки поссорились», воплощает их в звуки виртуозной токкатины. «Да, я представил себе, как две длинноносые, худые и некрасивые тётеньки встретились на лестничной площадке, каждая, что-то вытряхивая, делала замечания другой. И потом они крупно поругались. Я вижу их в неаккуратно завязанных на голове платках, из-под которых видны на-

кладные (кажется, называются) бигуди» [Батишева 2019: 160]. Здесь композитор показывает себя как наблюдательный и ироничный человек, тонко чувствующий особенности советского быта, способный дать меткую и очень зримую характеристику своим персонажам.

В дальнейшем мною был сделан методико-исполнительский анализ ряда пьес «Детского альбома», а затем и всего цикла, опубликованных в авторских учебных пособиях: «Курс «Фортепиано» в вузе культуры и искусств» (2013) и «Произведения отечественных композиторов в курсе “Фортепиано”» (2018).

Стремясь обогатить репертуар детей новыми сочинениями, Арам Ильич создаёт Сонатину для фортепиано, посвящённую учащимся ДМШ шахтёрского г. Прокопьевска. «Я был очень приятно удивлён уровнем этой школы» [Батишева 2019: 160]. В комментариях по поводу данного факта отметим, что весной 1958 года состоялась «концертно-пропагандистско-просветительская» (Д.Д. Кабалевский) поездка Хачатуряна и Кабалевского по городам и сёлам Кузбаса и Алтая. Её результатом и стало сочинение Сонатины, озарённой радостью, юношеским задором и светом.

**Заключение.** Итак, проанализированное в статье письмо А.И. Хачатуряна, несмотря на частный характер, представляет собой образец аутентичного мемуарно-исторического документа, написанного в свободной коммуникативной форме с признаками речевой монологичности и диалогичности, содержащего в себе структурообразующие и стилистические элементы (доминантная тематика, стройность и логичность изложения, выразительность языка, принятые стандартизированные этикетные формулы (приветствие, прощание, пожелание успехов, указание даты и места написания), определённые языковые средства, зависящие от стиля общения между автором и адресатом (в данном случае между маститым композитором и молодым педагогом) и др., насыщенного огромной познавательной информативностью, отражающего мысли и переживания великого музыканта, показывающего его как человека искреннего, заинтересованного в заботе о подрастающем поколении, дающем необходимые установки на будущее. Со страниц письма Арам Ильич предстаёт человеком общительным, простым и доброжелательным, стремящимся ответить на все вопросы адресата. Таким образом, это письмо не только своеобразный символ времени, но и историко-культурный документ, демонстрирующий духовно-нравственный масштаб личности одного из величайших композиторов XX века.

#### Библиография

- Алефиренко Н.Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 288 с.
- Аскольдов С.А. Концепт и слово // Русская словесность: от теории словесности к структуре текста: Антология / Под общей ред. В.П. Нерознака. – М.: Академия, 1997. – С. 267–279
- Батишева В.Н. Личность и творчество А.И. Хачатуряна в воспоминаниях современников // «Армения: притяжение культуры», Междунар. науч.- практ. форум. Материалы Междунар. науч.-практ. форума (Самара, 2017) = «Armenia: The Attraction of Culture» [Текст] /СГИК; под ред. В.И. Ионесова. – Самара, 2019. – С. 150–164.
- Батишева В.Н. А.И. Хачатурян. Детский альбом // Произведения отечественных композиторов в курсе «Фортепиано»: учеб. пособие. – Самара, 2018. – 135с. – С. 63–90.
- Белкин А.И., Ионесов В.И. Коммуникация в контексте сознания и социодинамики культуры // Известия Саратовского университета. Новая серия. Акмеология образования. Психология развития, 2016. – Т. 5. – № 4. – С. 315–322.
- Воробьев В.В. О статусе лингвокультурологии // IX Международный Конгресс МАПРЯЛ. Русский язык, литература и культура на рубеже веков. Т. 2. Братислава, 1999. – С. 125–126.
- Воробьев В.В. Лингвокультурология. Теория и методы. – М.: Изд-во Росс. Ун-та дружбы народов, 1997. – 331 с.
- Ионесов В.И. О словотворчестве как трансформации культуры // Восьмые Азаровские чтения. Библиотека. Культура. Общество Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / под ред. И.Ю. Акифьевой. – Самара, 2018. – С. 134–140.
- Ионесов В.И. Язык как область творчества: вызовы и возможности коммуникации // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты, 2019. № 24. – С. 79–81.
- Лемов А.В. Школьный лингвистический словарь: Термины. Понятия. Комментарии. – М.: Айрис-пресс, 2006. – 384 с.
- Нестеренко В.М., Ионесов В.И. Человек в системе пространственно-временных связей: проекции и вызовы социокультурной коммуникации // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки, 2013. № 2 (20). – С. 142–148.
- Письма Бетховена. 1812 – 1816 годы. Публикация / сост., ред. перевода, автор вступ. статьи и коммент. Н.Л. Фишман. – Москва, 1977. – 527 с.
- Полушкин И.А., Михелькевич В.Н., Ионесов В.И. Диалоговые технологии гражданского образования. Монография. Самарский науч. Центр Российской Акад. Наук [и др.]. Самара, 2004. – 174 с.
- Происхождение вещей. Очерки первобытной культуры / под ред. Е.В. Смирницкой. – М.: ИНН, 1995. – 272 с.
- Рузер-Браунинг У.М., Ионесов В.И. Искусство как опыт преобразования культуры // Восьмые Азаровские чтения. Библиотека. Культура. Общество Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / под ред. И.Ю. Акифьевой. – Самара, 2018. – С. 184–189.
- Смелкова З.С. Литература как вид искусства. – М.: Флинта, 1998. – 280 с.
- Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: Учеб. пособие для студентов, аспирантов и соискателей по спец. «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – М.: Слово, 2000. – 262 с.
- Уртминцева М.Г. Словарь русской литературы. – Нижний Новгород, 1997. – 560 с.

**Катафатическое богословие как смысловое схватывание духовных дефиниций  
в языковой практике священнослужителя**

Городнёва Марина Станиславовна

Саратовский государственный технический университет, Россия  
410054, г. Саратов, ул. Политехническая, 77  
кандидат философских наук, доцент  
E-mail: gorodnevams@gmail.com

**Аннотация.** Феномены религиозного опыта представляют собой особую экзистенциальную и смысловую данность. Их осмысление осуществляется в рамках богословского дискурса и представляет собой тенденцию максимально точно отразить духовный опыт традиции, закрепив его в соответствующих языковых структурах – богословских категориях. Языковая практика священнослужителя, выраженная как в текстовой форме, так и в пастырской проповеди, опирается на базовые смысловые дефиниции, выработанные духовным опытом традиции.

**Ключевые слова:** язык, духовный опыт, богословие, катафатика, священник.

УДК 81'1: 27.475

**Cataphatic theology as a semantic grasp of spiritual definitions in a clergyman's linguistic practice**

Marina S. Gorodneva

Yuri Gagarin State Technical University of Saratov, Russia  
410054 Saratov, Polytechnic Str., 77  
Candidate of Sciences (Philosophy), Associate Professor  
E-mail: gorodnevams@gmail.com

**Abstract.** Phenomena of religious experience constitute a special kind of existential and semantic reality. They are conceptualized within the framework of theological discourse so as to capture the spiritual experience of the tradition as precisely as possible, fixing it in appropriate language structures known as theological categories. The ecclesiastical language practice, reflected both in written text and pastoral sermons, is rooted in the fundamental semantic definitions developed by the collective spiritual experience anchored in traditions.

**Keywords:** language, spiritual experience, theology, cataphatic, clergyman.

UDC 111.7 81'1: 27.475

**Введение.** Христианское богословие представляет собой особый смысловой и языковой дискурс, отражающий осмысление феноменов духовного опыта внутри религиозной традиции. Данный дискурс включает в себя как закреплённые в традиции методы духовной практики (богообщение), так и дискурсивные стратегии понимания, осмысления и трансляции (в текстовой и речевой практике священнослужителей) смыслов, образов, сюжетов священного Писания и церковного Предания. В этой связи богословие, опираясь на священные тексты и каноны духовной практики, осмысляет данный тип опыта посредством языка.

Истоком понятий и категорий христианского богословия является античная философская традиция, получившая в наследство философскую интуицию Логоса. В частности, Филон Александрийский связывает его с образом Бога-творца, обладающего творящим разумным началом, что есть Логос. В эллинистической философии он осмысливается как эманация высшего начала в низшие уровни бытия. Однако богословие наполняет данную категорию смысловыми нюансами, выражающими духовный опыт христианства, понимая его как вторую ипостась Троицы (Иисус Христос).

Особенностью богословских текстов является тенденция «сказать» о неизреченном, посредством языка «ухватить» сферу мистического и иррационального, что вызывает ряд сложностей и, безусловно, требует особого подхода.

**Материалы и методы.** Внутри богословского дискурса появляется две стратегии концептуализации феноменов духовного опыта: апофатическое и катафатическое богословие. Впервые четкую границу между положительным (катафатическим) и отрицательным (апофатическим) методами богословия провел Псевдо-Дионисий Ареопагит.

С позиции апофатического богословия, божественную сущность невозможно выразить словами, так как Он за пределами мира тварного и противопоставлен миру. В этой связи утверждается принципиальная непостижимость божественного, которое не может постигаться рационально [Лосский 1995: 3]. Специфика метода опосредует работу с понятиями и категориями – в целом, они образны и символичны. Задачей является «указать направление» в осмыслении духовных феноменов, метафорично указывать на божественные качества, но не «схватывать» их сущность посредством слова. Это послы к определенной границе восприятия, выходящей за пределы рациональной интуиции, осмысляющий аскетический опыт. В этой связи в рамках апофатического богословия такие категории как любовь, мудрость, свет, благодать, истина, справедливость и т.п., не способны выразить полноту божественного бытия.

Установка на непостижимость божественного привносит специфику в богословский язык: присутствуют ограничения категориальные, однако в стремлении передать невыразимое, предельность духовного переживания, язык становится более образным и поэтичным. Философские категории приобретают характер метафоричности. В апофатических текстах встречается образное описание и торжественное восхваление Бога, который открывается богослову в мистическом опыте любви как божественная Личность (Троица).

Положительные категории в богословии выражают те или иные божественные атрибуты и применяются в рамках катафатического метода. В Священном Писании Господь именуется сущим, мудрым, истиной, справедливым, благим, любовью, эти «имена» указывают на действие божественных энергий в тварном мире. Опора на определения (имена), отражающие качества и свойства, становится отправной точкой в молитвенной и созерцательной практике, помогая направить взор богослова к тому, что находится за пределами чувств и обыденного опыта. Таким образом, катафатический метод позволяет включить в себя внешние аскетические приемы отсекающие ложных мнений о бытии.

Каждый метод уникален и имеет свою область приложения: метод катафатики дает определение, согласно которому Бог является основой всего сущего, а все сотворенное бытие есть Его следствие. Апофатика напротив, утверждает надмирность божественного начала, сущностно бесконечно далекого от любого следствия. Однако ни один из методов в полной мере не может быть применен в чистом виде [Hans Urs von Balthasar]. Подобного рода лингвистические нестыковки обозначают для нас лишь то, что категории и определения представляют собой варианты интерпретаций того, что «схвачено» в духовном опыте, «якоря», дающие возможность богословствующему уму не заблудиться в собственных построениях и обрести четкость и выверенность в соответствии с опытом традиции.

**Обсуждение.** Православное богословие связано с аскезой и воссозданием личного опыта, закрепленного в Предании. Являясь своего рода речью о Боге, представляет собой попытку его передачи. Догматы в коллективном (соборном) православном сознании формируются как молитвенные формулы при обращении и призвании Бога. В процессе богослужения догматы и заключенный в них призыв и смысл, становятся фактом опыта соборного. Посредством этого каждый человек, участвующий в богослужении, способен прикоснуться к духовному опыту Предания.

Канонической формой передачи опыта священного Писания и Предания в православной церковной среде выступает проповедь священнослужителя. В раннем христианстве сложившаяся традиция совмещать в рамках одного процесса богослужение и проповедь закрепила в богослужебном каноне практику толкования священного Писания [Морозов 2017: 47].

В церковной практике проповедь понимается как пастырское наставление к верующим (присутствующим мирянам в храмовом пространстве), несущее духовный, этический и назидательный характер. Проповедь обладает своими стилистическими и лексическими особенностями и ориентирована на тот или иной метод богословствования. Ее особенностью является эмоциональность, образность, неповторимость, она несет специфику индивидуальности каждого конкретного священнослужителя, ее произносящего. Данные особенности отличают проповедь от текстовых богословских сочинений. Однако общим является апелляция к опыту священного Писания и Предания, фиксированного в том числе как в богословских категориях, так и догматах.

Текстовая составляющая проповеди включает в себе ряд наиболее часто применимых лексических единиц в зависимости от тематики и уровня погружения в ту или иную богословскую проблему. На характер проповеди влияет степень назидательности (в этом случае проповедь обладает антропологической и психологической направленностью), дискурсивности, погружение в онтологический, исторический или сотериологический аспект. Языковой опыт духовной традиции, фиксируемый в богословских категориях, истоком имеет духовный опыт человека, и закреплён в священных текстах. В этой связи можно выделить ряд лексических единиц и область их понятийного приложения.

В рамках православного богословия применимы догматические постулаты и категории: Троица, Бог, Логос, Бог-Отец, Бог-Сын, Святой Дух, Сын Божий, творение, твердь небесная, церковь Христова. Подобные категории носят онтологический характер. Кроме того, к данной лексической единице относимы различные определения божественных свойств, выработанных в русле катафатического метода: истина, любовь, свет, добро, благо, всеведение, вечность, справедливость.

К библеистике относятся как индивидуальные имена, так и классификация ангельских чинов, божественные имена. Богослужение в качестве лексической единицы включает в себя наименование церковной утвари, молитвы и богослужебный язык.

Сотериология как богословское учение о спасении, привносит такие понятия, как спасение, загробная жизнь, рай, ад, воскресение, преображение, вознесение, Царствие Небесное, Спаситель. Данный терминологический блок тесно связан с областью христианской антропологии и аскетики.

Христианская антропология является ключевым лексическим компонентом, поскольку христианство по сути своей антропологично. Выделим в этой связи такие понятия, как душа, дух, тело, вера, духовность, первородный грех, жертва, заповедь, таинство, добродетель.

Аскетика повествует о пути опытного восхождения и преображения человеческой природы, что отражают следующие термины: благодать, обожание, милость, страсть, радость, святость, сердце, молитва, учитель, подвижничество, духовный подвиг, умерщвление плоти.

Церковная история содержит всю необходимую событийную информацию священной истории, а также события и даты, связанные с почитанием мучеников, преподобных и святых. В этой связи пространство и время носят сакральный характер. «Категория пространства вводится в текст проповеди при помощи топонимов,

а категория времени – при помощи хронологических терминов» [Морозов 2015: 61]. Церковный календарь, отсылая к священной событийности, ритуально структурирует обыденную жизнь верующих.

Церковное искусство включает в себя понятия из области различных видов храмового искусства (музыка, иконопись, зодчество, резьба по дереву и т.п.).

Повседневные наставления прихожан содержат в себе простую обыденную речь с минимальным использованием сложных богословских терминов. Такая речь, с одной стороны, упрощает теоретический уровень, но с другой – способна донести до слушателя смысл через ощущение и общее впечатление от речи священника на чувственно-эмоциональном уровне. Данные категории находят свое применение в культовой церковной жизни, отражают внутреннюю логику пастырской работы священнослужителя.

Тематический выбор проблем и вопросов церковной проповеди священнослужителем определяется исходя из особенностей внутренней жизни церковного прихода и регламентируется церковным календарем, отражающим религиозные события.

В своей проповеднической работе современный священнослужитель часто опирается на принятые канонические формы построения проповеди, разбавляя религиозную лексику эмоциональными просторечиями для более легкого восприятия и понимания, используя «разговорные и находящиеся на грани с литературно-разговорным стилем просторечные фразеологизмы в эмоционально-оценочной функции, репрезентирующие христианскую нравственную позицию» [Истомина 2013: 14]. Часто обращаются к применению косвенной речи при пересказе и цитировании текстов священного Писания и трудов богословов. В основном цитирование осуществляется на церковнославянском языке, а пересказ на русском с применением устаревшей лексики. Использование архаизмов, измененный порядок слов, образность, повторы, риторические вопросы, смешение русского и церковнославянского языков, тональные вариации голосом усиливают эмоционально-психологическое воздействие речи священнослужителя и фокусируют внимание присутствующих на смысловых точках, заданных священником, читающим проповедь.

В своей антропологической стратегии верующий стремится к спасению и обретению состояния богообщения. Поэтому в речевой практике священнослужителя часто встречаются дихотомии «земного» – «небесного», «временного» – «вечного», «тварного» – «божественного», «телесного» – «духовного». Используются ли данные понятия как противоположности либо в некоей связанности зависит от смысловой наполненности речи и конкретных риторических приемов, применяемых священником.

**Заключение.** Характер употребляемых категорий в рамках богослужебной практики имеет образно-символическую природу, что отражает специфику духовного аскетического опыта традиции, имеющую берущую исток в священном Писании и Предании. В этой связи, ключевым в труде священнослужителя становится стремление обрести святость (обожение), воплотив в себе нравственный и духовный пример для людей, вдохновляя их мудрым словом, успокаивающим внешние волнения и углубляющим сознание к внутренней чистоте и духовному созерцанию. Ситуации, когда наблюдаем духовную апатию и равнодушие к духовной жизни мирян, говорят об отсутствии личного глубокого аскетического опыта и пастырской мотивации [Морозов 2017: 46]. С этой точки зрения очевидна взаимосвязь между аскетической, молитвенной и риторической пастырской деятельностью священнослужителя как в древности, так и в современности.

#### Библиография

Истомина В.В. Современная православная проповедь: стилистическая и прагматическая специфика: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Екатеринбург, 2013. – 24 с.

Лосский В.Н. По образу и подобию / Пер. с фр. В.А. Рещикова. – М.: Издание Свято-Владимирского Братства, 1995. – 196 с.

Морозов Е.М. Пастырский дискурс в христианском богословии // Язык и культура, 2017. № 40. – С. 44–54.

Морозов Е.М. Язык современной церковной проповеди православного священнослужителя // Язык и культура, 2015. №2 (30). – С. 58–64.

Hans Urs von Balthasar. God. From his book, Cosmic Liturgy, The Universe according to Maximus the Confessor. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.myriobiblos.gr/texts/english/balthasar\\_god\\_1.html](http://www.myriobiblos.gr/texts/english/balthasar_god_1.html)



**Речевые стратегии как инструмент моделирования языковой личности: риторический аспект**

<sup>1</sup>Качесова Ирина Юрьевна  
<sup>2</sup>Лебедева Евгения Витальевна

<sup>1</sup>Алтайский государственный университет, Россия  
656049, г.Барнаул, пр. Ленина, 61  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: ikachesova@mail.ru

<sup>2</sup>Алтайский государственный университет, Россия  
656049, г.Барнаул, пр. Ленина, 61  
студент магистратуры  
E-mail: ikachesova@mail.ru

**Аннотация.** Статья описывает речевые стратегии как инструмент моделирования языковой личности в риторическом аспекте. В качестве механизма моделирования используется категория *Homo Loquens* (обобщенный субъект коммуникации), сопрягающая результаты действия речевых стратегий говорящего и слушающего. Процесс моделирования языковой личности включается в парадигму междискурсивных взаимодействий. Исследование проводится в рамках филологической теории коммуникации.

**Ключевые слова:** субъект коммуникации, текст, дискурс, моделирование, риторика.

УДК 808.5

**Speech strategies as a tool for modeling a linguistic personality: A rhetorical aspect**

<sup>1</sup>Irina Yu. Kachesova  
<sup>2</sup>Evgenia V. Lebedeva

<sup>1</sup>Altai State University, Russia  
656049 Barnaul, Lenin Ave., 61  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: ikachesova@mail.ru

<sup>2</sup>Altai State University, Russia  
656049 Barnaul, Lenin Ave., 61  
Graduate Student  
E-mail: ikachesova@mail.ru

**Abstract.** The article focuses on speech strategies as a tool for modeling a linguistic personality from the rhetorical perspective. As a modeling mechanism, the paper uses the *Homo Loquens* category, i.e. a generalized subject of communication, combining the results of the influence of speech strategies of the addresser and the addressee. The process of modeling a linguistic personality is included in the paradigm of inter-discursive interactions with the study carried out in the framework of the philological theory of communication.

**Keywords:** subject of communication, text, discourse, modeling, rhetoric.

UDC 808.5

**Введение.** Статья имеет теоретико-методологический характер. Цель статьи – показать риторический аспект моделирования языковой личности с позиции филологического осмысления коммуникации. В статье описываются речевые стратегии как инструмент моделирования и показывается на конкретном эмпирическом материале пример такого рода моделирования. Базой моделирования риторического взгляда на языковую личность признается филологическая теория коммуникации: «В филологических науках складываются новые направления коммуникативного спектра: коммуникативная лингвистика, коммуникативное литературоведение, коммуникативная модель риторики, коммуникативная теория текста и др.» [Чувакин 2014: 16]. Причем риторика, в духе концепции Е.А.Яковлевой, признается интегральной наукой и теоретической базой появления лингвистических (и шире – филологических) парадигм [Яковлева 1998: 9]. Изменения касаются и объекта, и предмета современной риторики как научной дисциплины: «Объект современной риторики – речевая коммуникация как взаимодействие людей в знаково-символической форме, направленное на конструирование человеком собственного мира, мира Другого, мира социума во всех его проявлениях» [Чувакин 2019: 31].

**Материалы и методы.** Методологической базой исследования служит филологическая теория коммуникации, разрабатываемая в Алтайском государственном университете. Особенность алтайской школы филологии заключается в вычленении особой сферы исследования, лежащей на пересечении собственно филологической парадигмы и широкого спектра коммуникативно-ориентированных дисциплин. Соответственно, и методы изучения используются разнообразные: анализ, категоризация понятий, моделирование – все применяется с позиции коммуникативного подхода.

**Обсуждение.** *Коммуникативно-риторическое наполнение филологических категорий.* Филологический взгляд на коммуникацию предполагает изменение статуса базовых категорий: субъекта коммуникации, языка и текста.

Традиционно субъект коммуникации описывается с точки зрения диады: говорящий (ритор) и слушающий (аудитория). Говорящий воспринимается в качестве активного начала, а слушающему уготована роль объекта воздействия. Филологическая теория коммуникации изменяет позицию слушающего, он становится равноправным субъектом: «Другая версия базируется на ценностно-целевой модели человека. Эта модель предполагает, по крайней мере, более сложную детерминанту – с участием ценностного компонента. Фундаментальным критерием речевой коммуникации признается оптимальность – достижение говорящим результата с максимально благоприятными следствиями для слушающего, с учетом интересов друг друга, т.е. за счет собственного социально-коммуникативного пространства» [Чувакин 2014: 120]. Сущность языка с позиции филологической теории коммуникации также претерпевает изменение: из системного объекта лингвистики язык трансформируется в инструментальный медиатор между субъектом коммуникации, текстом и дискурсом: «язык как объект филологии представляет собой когнитивный по своей природе инструмент, обеспечивающий коммуникативную деятельность человека посредством текста» [Там же: 121].

Подобным образом изменяется статус текста. О неоднозначности статуса текста писали многие исследователи. Так, например, когнитивно-коммуникативные основания текста исследовались Ю.А. Сорокиным, Е.Ф. Тарасовым [Сорокин, Тарасов, Шахнорович 1979], Ю.М. Лотман описал текст как смыслопорождающее устройство [Лотман 1996], лингвориторическая теория текста представлена А.А. Ворожбитовой [Ворожбитова 2019; 2014; 2007], текстовую деривацию исследовал Л.Н. Мурзин [Мурзин 1991], о взаимоотношениях текста и дискурса работы И.В. Силантьева [Силантьев 2006]. Филологическая теория текста рассматривает его медианное положение: с одной стороны, текст является посредником между говорящим и слушающим, а с другой стороны, текст выступает связующим звеном между субъектом коммуникации и дискурсом: «Текст выступает посредником между дискурсом и аудиторией, включенной в дискурс. С одной стороны, текст воспроизводит сигналы, заданные и определенные дискурсом, с другой стороны, данные сигналы появляются произвольно. Их селекцию осуществляет аудитория. Характеристики аудитории как обязательного и регулярного компонента дискурса задают появление текста с особыми свойствами, обращенными именно к данной аудитории. Таким образом, текст является промежуточным этапом в деятельности аудитории по исследованию смыслов дискурса» [Качесова 2013: 38].

С позиций филологической теории коммуникации, природа текста амбивалентна: текст выступает и как результат речевого воздействия (в виде речевого жанра), и как сам процесс воздействия (в виде выбора речевой стратегии ( подробнее см.: [Качесова 2011: 127]). Коммуникативно-риторическая триада: «субъект коммуникации – текст – дискурс» организуется и функционирует через фокус текста. Причем функционирование происходит посредством взаимного приспособления и взаимной корректировки картин мира субъектов коммуникации в едином текстовом пространстве: говорящий и слушающий как активные начала коммуникации вынуждены корректировать собственные цели для достижения общего результата коммуникации. Если такого рода корректировка не происходит, то коммуникация приобретает кризисный характер или вовсе не осуществляется. Например, мама спрашивает сына-подростка (16–17 лет): «Ты сегодня будешь дома, надеюсь, вовремя? Или тебя опять с собаками по всему городу разыскивать?». Запрос информации мамой на уровне риторической интенции (доминантная цель) связан с уточнением, когда конкретно вернется сын (*Ты сегодня будешь дома вовремя = Когда ты будешь дома*). Вторичной целью выступает тревога за сына (*надеюсь, вовремя, разыскивать с собаками, разыскивать по всему городу*). Но речевые признаки целей размыты, более того, на уровне текста, погруженного в дискурс взаимоотношений между родителем и ребенком-подростком, эти же речевые признаки в аспекте картины мира сына начинают формировать совершенно другие цели: доминантной становится цель контроля, вторичная цель (тревога) сохраняется, а первичная цель (когда ты вернешься) утрачивается. Субъекты коммуникации на уровне текста по-разному интерпретируют речевые сигналы, происходит несовпадение в декодировании интенции, наступает кризис.

Таким образом, речевые признаки общего результата становятся доминирующим критерием оптимальной и эффективной коммуникации. Речевые признаки составляют сущность текста как продукта и результата коммуникативной деятельности (см., например, идею К.Ф. Седова о статусно-ролевой дифференциации дискурсивного поведения: «Рольевые признаки речевого поведения проявляются только в коммуникативном взаимодействии языковых личностей» [Седов 2004: 83]).

*Речевая стратегия и языковая личность.* Проблемы описания языковой личности современной филологией исследуются давно и продуктивно. Анализировалась структура языковой личности, способы ее коммуникативной репрезентации, условия функционирования и т.д. В настоящее время исследователи говорят о неоднородности структуры языковой личности. Например, В.В. Красных выделяет ее парадигматическую сущность: «Языковая личность и речевая личность суть феномены парадигматические, и если языковая личность есть сама парадигма, то речевая личность представляет собой элемент такой парадигмы. Но, как известно, система проявляет себя в функционировании, следовательно, помимо системного аспекта есть еще аспект функциональный» [Красных 2003: 46]. В рамках данной концепции разделяются понятия: человек говорящий, языковая личность, речевая личность, коммуникативная личность. Языковая личность в коммуникации реализуется в виде речевой личности, осуществляющей выбор определенной речевой стратегии, и коммуникативной личности, формирующей и определяющей выбор конкретного речевого жанра. Таким образом происходит взаимодействие речевой и коммуникативной ипостасей языковой личности в виде выбора речевой стратегии как

деятельностного начала и речевого жанра, репрезентирующего стратегию в виде статически оформленного речевого продукта.

Такого рода разведение в одном понятии системных и функциональных аспектов позволяет включить изучение языковой личности в парадигму филологического осмысления коммуникации.

*Языковая личность и риторический идеал.* Выделился и особый риторический взгляд: языковая личность стала анализироваться с позиции риторического идеала, включенного в коммуникативную парадигму. Позиция А.П. Сковородникова о сущности риторического идеала как базе формирования нового фокуса изучения дополняется новым пониманием сущностей субъекта риторики, риторического текста и риторической деятельности. А.П. Сковородников, описывая риторический идеал, говорил о минимально-достаточных компонентах для его описания: «Для структурирования и описания содержания понятия «риторический идеал» представляются минимально достаточными следующие его компоненты, представленные в предельно обобщенном виде: 1) логико-аргументативный компонент; 2) этико-эстетический компонент; 3) коммуникативно-прагматический компонент; 4) нормативно-языковой компонент (включая стилистическую норму); 5) этнокультурологический компонент (включая категорию языкового вкуса)» [Сковородников 1997: 27]. Филологическая теория коммуникации расширяет границы понятия риторического идеала. Субъект коммуникации не только репрезентирует языковую личность в ее коммуникативном проявлении, но и становится началом, организующим динамический процесс формирования риторической деятельности: «С позиции филологии человек в коммуникации может быть охарактеризован по нескольким основаниям. Это диалогичность как фундаментальный принцип коммуникативной деятельности; деятельность по порождению, пониманию, интерпретации смысла; готовность (способность управлять коммуникацией)» [Качесова 2014: 142]. Управление речевыми коммуникациями становится базой формирования риторического идеала. Субъект коммуникации (ритор) организует процесс воздействия на картину мира аудитории, соотнося собственный процесс порождения риторического (т.е. воздействующего) текста с процессом понимания текста аудиторией. В рамках филологической теории коммуникации процесс понимания описывается как процесс извлечения аудиторией значений текста, заложенных ритором. Процесс интерпретации описывается как процесс извлечения дополнительных дискурсивных смыслов. Это связано с принципиальной невозможностью равного декодирования семантики, положенной в основу текста: субъекты коммуникации по-разному понимают структуру и границы коммуникативных моделей, в рамках которых они действуют; по-разному понимают и интерпретируют сущность и границы стратегий; по-разному видят речевые сигналы, формирующие конкретные речевые жанры. Следовательно, проблема описания риторического идеала, имеющего в своей основе категорию успешности (=результативности) речевого воздействия, транспонируется в проблему выстраивания языковой личностью процесса управления речевыми коммуникациями. Например, см. рассуждения о разном понимании субъектами аргументации моделей одной и той же аргументативной ситуации, положенной в основу текста: «Данный парадокс порождает самую, пожалуй, главную проблему любого аргументативного процесса, а именно – успешности аргументации, ее результативности. Так как субъекты аргументации (как следствие проявления принципа сингулярности) считают аргументативную ситуацию, исходя из собственной картины мира, из собственного видения, то и сигналы успешности/неуспешности, содержащиеся в аргументативном дискурсе, они интерпретируют в зависимости от того, соотносятся ли данные сигналы с тем видением аргументативной ситуации, которая есть у каждого из них. Результативность аргументативного процесса зависит от того, насколько каждый субъект аргументации готов увидеть сигналы другого субъекта, принять их, и, в конечном счете, скорректировать свою картину мира в зависимости от данных сигналов» [Качесова 2013: 38].

*Речевая стратегия как инструмент моделирования языковой личности.* Итак, филологическая теория коммуникации устанавливает, что в коммуникативной деятельности взаимодействуют дискурсивные практики субъектов коммуникации. Эти дискурсивные практики, в свою очередь, формируют речевые стратегии участников коммуникации, которые выступают в виде носителей речевой личности. Выбор конкретного речевого жанра осуществляется коммуникативной личностью. Следовательно, можно говорить о языковой личности как инвариантном начале, которое проявляет себя в виде стратегической реализации речевой личности и жанровой реализации коммуникативной личности. Таким образом формируется модель языковой личности, которая может быть реализована в различных дискурсивных практиках при помощи речевых стратегий.

Моделирование языковой личности при помощи речевых стратегий имеет два уровня. Во-первых, это уровень моделирования субъекта коммуникации. На этом уровне одна языковая личность может реализовываться в виде парадигмы речевых стратегий, связанных с коммуникативными ролями и социальными статусами: «В повседневном речевом общении языковая личность переключается с одних стереотипов ролевого поведения на другие. Речевое переключение в межличностном общении имеет большое значение, ибо успех коммуникации в значительной степени зависит от того, насколько говорящий и слушающий владеют формами языка, соответствующими данной ситуации» [Седов 2004: 83]. Во-вторых, языковая личность моделирует процесс взаимодействия между говорящим и слушающим. В процессе коммуникации сталкиваются две взаимно направленные стратегии: речевая стратегия говорящего и речевая стратегия слушающего. Их столкновение порождает текст как процесс и как результат воспроизведения дискурса. Соответственно, языковая личность, по сути своей, – это личность, сопрягающая речевые характеристики и говорящего, и слушающего в виде коммуникативно-обобщенного взгляда на коммуникативную ситуацию и реализующая себя в тексте. В филологической теории коммуникации такого рода моделированию языковой личности соответствует категория *Homo Loquens*: «Текст представляет собой сферу сопряжения коммуникативных деятельностей говорящего и слушающего; говорящий и слушающий – *Homo Loquens* – предстают как текстовые личности; в тексте содержатся их коммуникативные программы, в основе которых лежит аргументативное начало. Другое дело, каков гос-

подствующий принцип и каковы механизмы реализации этих программ говорящим и слушающим; но это уже вопрос действия каждого конкретного говорящего и слушающего, прагматических задач, выдвигаемых и реализуемых каждым из них в условиях конкретных речекоммуникативных ситуаций» [Чувакин 2011: 24]. Аргументативные программы субъектов коммуникации либо расходятся, порождая коммуникативный кризис, либо объединяются в единую стратегию, позволяющую взаимно корректировать деятельность друг друга, управляя речевыми коммуникациями. Кроме того, в результате действия модели языковой личности (Homo Loquens) происходит и дискурсивное моделирование. Говорящий, используя определенные речевые жанры, передает информацию и включает действие речевой стратегии воздействия; слушающий, в свою очередь, получая конкретные речевые сигналы, при помощи процессов понимания и интерпретации может модифицировать речевой жанр и породить новые смыслы, которых в интенции говорящего не было. Это своего рода процесс развертывания дискурсов: первичный дискурс (дискурс говорящего) – текст – вторичный дискурс (дискурс слушающего). Вторичный дискурс появляется в результате моделирования слушающим новой, вторичной реальности на основе речевых сигналов, которые он актуализировал в тексте. Эта вторичная реальность (вторичный дискурс) имеет опосредованное отношение к первичному дискурсу: есть речевой жанр и речевые сигналы (это данность), но интерпретироваться они могут совершенно по-разному, в зависимости от особенностей картины мира слушающего: «Исходя из имеющейся аргументативной ситуации слушающий конструирует новую ситуацию, которой нет в действительности. Эта новая ситуация конструируется на основе имеющихся сигналов воспроизведения, содержащихся в первичной аргументативной ситуации, поэтому виртуальная ситуация вполне узнаваема, слушающий легко включает ее в свою картину мира, она вполне правдоподобна» [Жачесова 2013: 68].

Так, например, диалог-торг между товарищем Сааховым и Джабраилом в фильме «Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика»:

– Как тебе не стыдно. Обижает сиротку. У нее, кроме дяди и тети, никого нет. 25!

– Неправда. Я высоко ценю твою племянницу, но всему есть предел. 18!

– Имей же совесть! Ты же все-таки не козу получаешь, а жену, и какую: студентка, комсомолка, спортсменка, красавица! И за все это я прошу 25 баранов, даже смешно торговаться.

– Аполитично рассуждаешь, честное слово. Не понимаешь политической ситуации. Жизнь видишь из окна моего автомобиля. 25 баранов! Когда наш район не полностью рассчитался с государством по шерсти.

– А ты не путай свою личную шерсть с государственной!

– Я, товарищ Джабраил, сюда и поставлен, чтобы блюсти государственные интересы. Садитесь пока. В общем так: 20 баранов...

– 25!

– 20. Холодильник «Розен лев»...

– Что?

– Финский, хороший. Почетная грамота...

– И бесплатная путевка...

– В Сибирь!

– Ну, хорошо.

– Ну, хорошо.

Этот диалог зрителями воспринимался всегда комически, хотя в нем демонстрируется парадоксальная ситуация-перевертыш, парадокс которой как раз связан с функционированием Homo Loquens. Диалог описывает торг между «продавцом» девушки (дядей, он единственный и ближайший родственник) и «купцом» (товарищем Сааховым). С точки зрения коммуникативно-ролевых статусов это асимметричные отношения: Джабраил занимает лидирующую позицию, это у него есть нужный товарищу Саахову товар, в восточной картине мира именно Джабраил – глава рода. Только он может и должен диктовать условия сделки. Торг, в котором Джабраил и товарищ Саахов принимают участие, – это сделка внутри семейно-родовых отношений. Поэтому позиция товарища Саахова как начальника Джабраила – это позиция слабая, подчиненная. Социальная иерархия «Начальник – Подчиненный» не пересекается с семейно-родовой иерархией «Глава рода – Жених». Именно принципиальная разница двух парадигм отношений диктует выбор речевых стратегий в начале диалога. Джабраил использует речевые сигналы, отсылающие к семейно-родовым отношениям: он стыдит (*Как тебе не стыдно. Обижает сиротку*), говорит о совести (*Имей же совесть*), поучает (*даже смешно торговаться*). Товарищ Саахов пытается использовать речевую стратегию, принадлежащую социальной иерархии «Начальник – Подчиненный» и определяет суждение Джабраила как «аполитичное» (*Не понимаешь политической ситуации... Когда наш район не полностью рассчитался с государством по шерсти*). Он даже использует речевое средство, напрямую маркирующее подчиненное положение Джабраила (*Жизнь видишь из окна моего автомобиля*). Но сильная коммуникативно-ролевая позиция Джабраила переключает товарища Саахова в рамки семейно-родовых отношений (*А ты не путай свою личную шерсть с государственной*). Почему же при очевидном доминирующем положении Джабраила, товарищ Саахов все же выигрывает этот торг? Диалог, с точки зрения композиции делится на две части, каждая из которых демонстрирует доминирование разных речевых стратегий: в первой части стратегия формируется семейно-родовыми отношениями, вторая часть демонстрирует стратегию из группы социально-иерархической. Разделение диалога и изменение стратегий маркируется фразой: «Я, товарищ Джабраил, сюда и поставлен, чтобы блюсти государственные интересы. Садитесь пока». В этой точке сопрягаются два субъекта коммуникации: начальник Саахов, указывающий, что он – носитель государственного начала (*сюда и поставлен, чтобы блюсти государственные интересы*), и подчиненный Джабраил. Товарищ Саахов после указания на государственность своего положения использует очень

значимую фразу, обращенную к Джабраилу: «Садитесь пока». В этой фразе содержатся три сигнала нового дискурса: дискурса репрессий. Первым сигналом является переключение ты-коммуникации на вы-коммуникацию. Участники диалога до этого момента обращались друг к другу в единственном числе, как давно и хорошо знакомые люди. Использование формы множественного числа (*садитесь*) демонстрирует изменение характера дискурсивных отношений: появляется официальность, отстраненность. Лексема «*садитесь*» с точки зрения дискурса репрессий, имеет значение «сесть в тюрьму, получить срок», слово «*пока*» в сочетании с «*садитесь*» указывает на отсрочку наказания, которое вполне реально. Разделение диалога на две части переворачивает ситуацию: коммуникативная позиция Джабраила утрачивает доминирующие признаки, а позиция товарища Саахова, наоборот, становится лидирующей. То, что Джабраил правильно сумел воспроизвести дискурс репрессий, признаков которого в предыдущей части диалога не было, подтверждает товарищ Саахов фразой «*Бесплатная путевка в Сибирь*». Таким образом формируется новый обобщенный субъект коммуникации (Ното Локуенс): субъект, вовлеченный в политические репрессии. Фильм «Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика» вышел в 1967, период репрессий недавно закончился. Идет волна реабилитаций жертв политических репрессий. И этот новый, виртуальный дискурс, который моделируется на основе столкновения речевых стратегий персонажей, легко угадывался зрителем того времени. Соответственно, речевые стратегии товарища Саахова и Джабраила, в свою очередь, моделировали признаки Человека эпохи репрессий для зрителей: как бы ни была сильна семейно-родовая парадигма отношений, какими бы личными качествами ни обладал человек, он оказывается никем (в моделируемой позиции Человека репрессий черты обычного гражданина нивелируются).

**Заключение.** Итак, филологическая теория коммуникации изменяет статус привычных филологических категорий. Текст и дискурс связываются в единое позицией моделирования обобщенного субъекта, совмещающего результаты действия речевых стратегий говорящего и слушающего. В свою очередь, речевые стратегии являются инструментом, который моделирует как языковую личность (в ее коммуникативном преломлении), так и новые дискурсы. Цепочка преобразований «дискурс – текст – языковая личность» не заканчивается моделированием языковой личности. Ното Локуенс как модель языковой личности включает механизмы, порождающие новые смыслы. В результате этого разворачиваются новые виртуальные дискурсивные образования, которые функционируют на основе моделирования языковой личности.

#### Библиография

- Ворожбитова А. А. Основы лингвориторической парадигмы: учеб. пособие / А. А. Ворожбитова. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2019. – 176 с.
- Ворожбитова А.А. Теория текста: Антропоцентрическое направление. – М.: Флинта, 2014. – 367 с.
- Ворожбитова А.А. «Языковая личность» и «литературная личность» как лингвориторические категории // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2007. – № 8. – С. 24–33.
- Качесова И.Ю. Коммуникативно-риторическая модель русского аргументативного дискурса. – Барнаул: Алтайский гос. ун-т, 2013. – 92 с.
- Качесова И.Ю. Текст и внетекстовая действительность // Основы теории текста. – Барнаул: Алтайский гос. ун-т, 2011. – С. 125–151.
- Качесова И.Ю. Человек в коммуникации // Филология и коммуникативные науки: учебное пособие. – М.: Флинта, 2014. – С. 137–151.
- Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М.: Гнозис, 2003. – С. 46–52.
- Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек. Текст. Семиосфера. История. – М.: Языки русской культуры, 1996. – 450 с.
- Мурзин Л.Н. Свойства текста // Мурзин Л.Н., Штерн А.С. Текст и его восприятие. – Свердловск: Уральский гос. ун-т, 1991. – 171 с.
- Седов К.Ф. Дискурс и личность. – М.: Лабиринт, 2004. – 320 с.
- Силантьев И.В. Газета и роман: риторика дискурсивных смещений. – М.: Языки славянской культуры. – 2006. – 224 с.
- Сковородников А.П. О содержании понятия «национальный риторический идеал» применительно к современной российской действительности // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: научно-методический бюллетень. – Красноярск: Красноярск. гос. ун-т, 1997. – Вып. 5. – С. 27–37.
- Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф., Шахнарович А.М. Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. – М.: Наука, 1979. – 328 с.
- Чувакин А.А. Коммуникация как объект исследования современной филологии // Филология и коммуникативные науки: учебное пособие. – М.: Флинта, 2014. – С. 119–122.
- Чувакин А.А. Риторика: рождение и риторическая традиция; современное состояние // Качесова И.Ю., Клиник Е.И., Копнина Г.А., Кукуева Г.В., Лукашевич Е.В., Уразаева К.Б., Чернышов Ю.Г., Чернышова Т.В., Чувакин А.А., Широких И.А., Шмаков А.А. Риторика. Учебная книга для магистратуры по направлению / специальности «Филология» в вузах России и Казахстана. – Барнаул: изд-во Алт. гос. ун-та, 2019. – С. 25–34.
- Чувакин А.А. Текст во встречном движении филологии и коммуникативистики // Текст в коммуникативном пространстве современной России. – Барнаул: изд-во Алт. гос. ун-та, 2011. – С. 17–26.
- Чувакин А.А. Филология и коммуникативные науки во встречном движении: от Бахтина до наших дней. Введение // Филология и коммуникативные науки: учебное пособие. – М.: Флинта, 2014. – С. 15–29.
- Яковлева Е.А. Риторика как теория мыслеречевой деятельности (в применении к анализу художественных текстов, урботекстов и актуальных номинаций): автореф. дис. ... докт. филол. наук: 10.02.19. – Уфа, 1998. – 99 с.

**Лингвокреативность как маркер риторики успеха (на примере публичного делового дискурса)**

Козлова Елена Анатольевна

Вятская государственная сельскохозяйственная академия, Россия  
610004, г. Киров, пр. Октябрьский, 133  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: elena.kozlova1234@mail.ru

**Аннотация.** Дискурсивная языковая личность представителя российской бизнес-элиты реализует прагматические интенции в структуре, которая характеризуется особой организацией: с одной стороны – регламентированность, с другой – лингвокреативность. Лингвокреативность в риторическом аспекте рассматривается как умение в полном объеме использовать возможности художественно-языковой компетенции, что говорит о наличии прагмаэстетического лингвокогнитивного уровня структуры языковой личности продуцента дискурса успеха.

**Ключевые слова:** лингвокреативность; персуазивный дискурс; деловой публичный дискурс; вторичные номинации; прецедентные языковые факты; риторика успеха; инновация.

УДК 808.5

**Linguistic creativity as a marker of the rhetoric of success (a case of public business discourse)**

Elena A. Kozlova

Vyatka State Agricultural Academy, Russia  
610004 Kirov, Oktyabrskij Prospekt, 133  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: elena.kozlova1234@mail.ru

**Abstract.** The discursive linguistic personality representing Russian business elite implements pragmatic intentions in a specifically organized framework: on the one hand, it is regulation, and on the other hand, it is linguistic creativity. The rhetorical aspect of linguistic creativity is considered as an ability to fully use the possibilities of artistic and linguistic competences, which testifies to the existence of pragma-esthetic linguocognitive level in the structure of the linguistic personality producing the discourse of success.

**Keywords:** linguistic creativity; persuasive discourse; business public discourse; secondary nominations; precedent linguistic facts; rhetoric of success; innovation.

UDC 808.5

**Введение.** Средства обеспечения перлокутивного эффекта высказывания традиционно рассматриваются в риторической науке. Так В.Б. Касевич определяет риторику как совокупность средств, рассчитанных на обеспечение перлокутивного эффекта высказывания (текста). Риторические приемы рассматриваются этим ученым как средства, одновременно выполняющие две функции: повышение избыточности информации и побуждение слушателя взглянуть на предлагаемую информацию через текст, сильно маркированный эстетически и эмоционально [Касевич 2001]. Е.Н. Зарецкая подчеркивает необходимость применения всех приемов выразительности (тропов и фигур) в публичной коммуникации [Зарецкая 1998]. Н.А. Безменова говорит о том, что риторические фигуры – это способ рельефного изображения аргумента. Тропы применяются для выявления главной мысли, придания большей живости выражению, имеют орнаментальное значение. [Безменова 1991]. Многолетнее исследование публичной речи и художественно-языковой компетенции позволяет нам заявлять о том, что тенденция ограничивать риторику тропами и фигурами безнадежно устарела. Это ограничение в какой-то мере можно отнести к поэтической речи. Именно там тропы и фигуры используются в максимальном объеме. В публичной речи они также фиксируются, однако здесь уместно говорить о самых популярных средствах художественной выразительности (метафоры, сравнения перифразы, повторы, параллелизмы, антитезы, градации и др.). Причём при использовании этих средств есть определённые закономерности. Например, есть частотные метафорические модели, которые более органично входят в концептосферу адресата и позволяют принять ту или иную идею. Следует отметить, что кроме тропов и фигур в риторике актуален целый арсенал средств, заслуживающих внимания, причем некоторые из них в публичной речи более частотны, чем в художественной литературе (например, псевдоцитация, языковая игра с прецедентами и др). Проведенный нами анализ высказываний в прессе представителей деловой российской элиты [Козлова 2014, Козлова 2018 и др.] позволяет выделить одну из речевых стратегий публичного делового дискурса – прагмаэстетическую стратегию убеждения. Она заключается в выборе лингвокреативных языковых ресурсов.

**Материалы и методы.** Риторика всегда имела целью не сам текст, а текст в определенной ситуации. Особое внимание она уделяла адресату/аудитории, базовой и индивидуальной системе ценностей, его аксиомам сознания, то есть концептосфере. То есть, риторика предвосхитила когнитивный и дискурсивный подходы к коммуникации [Хазагеров 2018; Козлова, Грецков 2019]. В данной работе с помощью когнитивного, дискурсивного и риторического подходов мы будем рассматривать прагмаэстетический потенциал риторики (на материале публичных высказываний представителей российской бизнес-элиты), а именно – лингвокреативные

средства, которые являются инструментом речевого воздействия в публичном деловом дискурсе и одновременно маркером сильной дискурсивной личности.

**Обсуждение.** Институциональный дискурс интересен для исследования тем, что с одной стороны, он имеет иногда довольно жесткие рамки, например, тематические («самыми жесткими видами институционального дискурса являются юридический и религиозный дискурс в их определенных жанрах, относительно свободным принято считать педагогический и научный дискурс» [Карасик 2016: 62]). Деловая речь регламентирована, конвенциональна, характеризуется (как принято считать) отсутствием эстетической функции, индивидуальности. Однако публичный характер сообщения позволяет отходить от канонов официально-деловой коммуникации. Внешние границы медийного делового дискурса еще более открыты. Дискурсивная языковая личность несет ответственность не только за адекватное владение языком, не только за адекватное взаимодействие с другими людьми (эти зоны компетенций языковой и коммуникативной личности), но за самореализацию в создаваемых ею дискурсах, за их содержание [Плотникова 2008].

Специалист, дающий оценку происходящего, высказывает свое мнение и зачастую его речевое поведение, имеющее прагматическую установку (убеждение), приобретает эстетическую направленность. Таким образом, уместно говорить о прагмаэстетические/лингвокреативных средствах публичного дискурса. Лингвокреативность в риторическом аспекте рассматривается нами как умение в полном объеме использовать возможности художественно-языковой компетенции. Также следует отметить отличие понятий «лингвокреативность» и «изобразительно-выразительные средства языка»:

Лингвокреативность	Изобразительно-выразительные средства языка
Эстетика и оригинальность	Эстетика и оригинальность
Эмоциональное самовыражение адресанта	Эмоциональное самовыражение адресанта
Обеспечение оптимального понимания путём создания нужного ментального образа в сознании адресанта	Обеспечение оптимального понимания путём создания нужного ментального образа в сознании адресанта
Реализация стратегического замысла и достижение убеждающего эффекта	

Термин «изобразительно-выразительные средства языка» более уместен в контексте обсуждения художественного стиля в аспекте эстетической направленности. В риторической парадигме наиболее обоснованным является термин «лингвокреативные /прагмаэстетические средства».

Нами выделено 5 групп лингвокреативных средств:

1. Вторичные номинации (тропы): метафоры, сравнения, эпитеты гиперболы, перифразы и др.
2. Фигуры экспрессивного синтаксиса (синтаксические средства): инверсии, повторы, параллелизмы, градации, антитезы, оксюмороны и др.
3. Речевые инновации: окказионализмы, неологизмы, афористические высказывания, языковая игра и др.
4. Стилистические смещения.
5. Прецедентные языковые факты: цитаты, упоминания, афоризмы, фразеологические словосочетания, пословицы и поговорки и др.

Приведем примеры использования некоторых из них.

- Вторичные номинации

При изучении языковой личности лидера, продуцента воздействующего текста, интересны используемые им вторичные номинации, самыми популярными из которых являются метафоры. Метафоры отражают картину понимания мира, показывают объединение двух идей на базе одного понятия. Очевидность одного понятия, проверенная на личном опыте, делает более понятной другую идею, которая на опыте не проверена, но становится более комфортной для восприятия априори. Риторические вторичные номинации повышают убедительность позиции говорящего, способствуют образному «погружению» адресата в ситуацию, делают проблему более понятной широкому кругу людей, а в некоторых случаях – помогают находить пути ее решения. Таким же свойством обладает аналогия:

*Если финансы – кровеносная система любой компании, то информационные технологии – система нервная. И от ее возможностей поддержать насущные потребности бизнеса зависит, насколько эффективно компания сможет пережить кризис.*

Базовые концептуальные модели соотносятся с одними и теми же смысловыми плоскостями в разных видах дискурса: человек (болезнь, части тела и др.), мир растений, мир животных, море, механизм, природные циклы, война, дом, кулинария и др. Можно сделать вывод, что базовые концептуальные модели входят в состав базовых человеческих ценностей.

- Фигуры экспрессивного синтаксиса

Нами замечено, что в публичных речах, аналитических статьях и интервью повторы чаще всего соседствуют с параллелизмом, градацией, антитезой. Такая совмещенная модель обычно начинается с повтора, который ритмически организует текст и является семантическим ядром всего высказывания, усиливая убеждающий аспект:

*Получается, что воля конкретного чиновника – это карающий меч. Захочет – накажет. А захочет – помилует (повтор + параллелизм + антитеза).*

Следует отметить афористичность звучания антитезы в публичном деловом дискурсе:

*Сегодня мало кто помышляет о переходе на новое место – ведь волна сокращений только нарастает, при этом тот, кто первый «на вход», первый и «на выход».*

- Речевые инновации

Из инноваций приведем пример употребления окказиональных (авторских) неологизмы:

*Разговоры про компанию-которая-принадлежит-сама-себе уже набили оскомину / Как расширить число корпоративных солистов («солисты» – от названия обучающей программы «СОЛЮ на клавиатуре»).*

- Стилистические смещения

Высокое книжное слово, попадая в официально-деловой контекст, обеспечивает (при желании автора) ироническую окраску речи:

*Но должного эффекта эта акция не возымела.*

Одиночное разговорное, просторечное или, в редких случаях, жаргонное слово может быть использовано в публичной речи для придания шутливой окраски или для выражения восхищения или крайнего неодобрения:

*Потому что допустить реальный дефолт, реструктуризировать активы и обязательства такого огромного банка, такой махины – это фантастически сложная задача, которая стоит огромных денег*

- Прецедентные языковые факты

Интересны случаи цитации или упоминаний в целях создания аналогии:

*А в жизни клиенты выбирают между Oracle и SAP как между двумя программами. Такой выбор напоминает мне детский вопрос из «Кондуита и Швамбрании» «Если слон, да на кита, то кто кого поборет?».*

Довольно многочисленны в публичном деловом дискурсе факты псевдоцитации, когда продуцент передаёт по-своему фрагменты чужой реальной или гипотетической речи, оформляя их в виде цитаты:

*Если у нас что-то происходит, то мы об этом сообщаем заранее, а не прибегаем в последний момент и не говорим: «Мы обещали, что завтра заплатим, но завтра рассчитаться не сможем».*

Нельзя не упомянуть также многочисленные обращения к фразеологическим словосочетаниям:

*И при условии сохранения хорошей ликвидности и отсутствия новых скелетов в шкафах вероятен осторожный рост фондовых индексов в июле–августе.*

Интересен факт употребления в публичной деловой речи неофразем (достаточно устойчивых словосочетаний, не зафиксированных в словарях):

*По своим причинам и последствиям этот кризис – совсем другой момент истины. / Для его реализации формируется проектная компания, которая создает инфраструктурный объект «под ключ».*

**Заключение.** Таким образом, лингвокреативность в публичной речи – это способность индивида использовать эстетический потенциал языка (художественно-речевые средства и приемы) для реализации стратегического замысла. Лингвокреативные/прагмаэстетические средства – это не просто средства речевой выразительности. Это средства речевого воздействия, и рассматриваются они в данной работе, прежде всего, в риторическом аспекте. Вторичные номинации, фигуры экспрессивного синтаксиса, речевые инновации, стилистические смещения и прецедентные языковые средства являются показателем высокого уровня художественно-языковой компетенции и маркером самореализованной дискурсивной личности. Высокий уровень художественно-языковой компетенции – это одна из сторон лингвориторики успеха и один из лингвокогнитивных уровней структуры языковой личности продуцента дискурса успеха.

#### Библиография

- Безменова Н.А. Риторическая модель речевой деятельности // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М.: Наука, 1990. – С. 15–27.
- Зарецкая Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. – М.: Дело, 1998. – 480 с.
- Карасик В.И. Дискурсивное проявление личности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. – №4. – 2016. – С. 56–77.
- Касевич В.Б. Теория коммуникации и теория языка // Говорящий и слушающий: языковая личность, текст, проблемы обучения. – СПб. 2001. – С. 70–75.
- Козлова Е.А. Лингвокреативность управленца. – Киров: ФГБОУ ВПО Вятская ГСХА, 2014. – 190 с.
- Козлова Е.А. Речевое воздействие в публичной деловой коммуникации: монография. – Киров: Вятская ГСХА, 2018. – 103 с.
- Козлова Е.А., Грецков В.В. Значимость натурфилософского периода для современной науки // Экономика, финансы, образование: проблемы и перспективы развития сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. – Киров: Вятская ГСХА, 2019. – С. 100–104.
- Плотникова С.Н. Говорящий/пишущий как языковая, коммуникативная и дискурсивная личность // Вестник Нижневартского государственного гуманитарного университета. – 2008. – № 4. – С. 37–42.
- Хазагеров Г.Г. Риторика, грамматика, дискурс, гомеостаз // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. – 2018. – Т. 22. – № 2. – С. 357–372.



**Лингвориторические и лингвосомиотические характеристики языковой личности рекламиста в дискурсивной сфере туристических услуг**

Куренова Дария Геннадиевна

Кубанский государственный технологический университет, Россия  
350042, г. Краснодар, ул. Московская, 2  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: ipatovadaria@yandex.ru

**Аннотация.** В статье обсуждаются вопросы типизации и характеристики языковой личности рекламиста как агента рекламно-туристического дискурса; исследуется его креативное участие в создании рекламы туристического продукта с позиций лингвориторики и лингвосомиотики. Установлены типы рекламистов: креаторы-лингвисты (вербально рекламируют туристическое направление); креаторы-дизайнеры (создают привлекательный визуальный образ туристического объекта при помощи невербальных знаков); креаторы-специалисты в области лингвориторики и лингвосомиотики (создают креолизованный рекламный текст, состоящий из двух неомогенных частей: вербальной и невербальной). Оказалось, что лингвориторическое (ЛР) воздействие на клиента рекламно-туристического текста происходит при помощи использования разноплановых риторем; лингвосомиотическое воздействие на адресата осуществляется при помощи погружения кластеров знаков разновекторного качества в дискурсивное пространство рекламы Краснодарского края.

**Ключевые слова:** дискурс, знак, рекламист, риторема, лингвориторика, лингвосомиотика, языковая личность.

УДК 808.5 +659.44

**Linguistic rhetorical and semiolinguistic characteristics of the advertiser's linguistic personality in the discourse of tourist services**

Daria G. Kurenova

Kuban State Technological University, Russian  
350042 Krasnodar, Moscovskaya Str., 2  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: ipatovadaria@yandex.ru

**Abstract.** The paper discusses the issues of typologizing and characterizing the advertiser's persona loqui (linguistic personality) as an agent of advertising tourism discourse as well as explores his / her creative participation in designing a product advertising tourism from the linguistic and semiolinguistic standpoints. The article distinguishes types of advertisers: creative linguists (advertise a tourist destination verbally); creative designers (produce an attractive visual image of a tourist site with non-verbal signs); creative specialists in the field of linguistics and semiolinguistics (design a creolized advertising text, consisting of two heterogeneous parts: verbal and non-verbal). It is found that the linguistic impact on the client is achieved through the use of diverse rhetoremes of a text advertising tourism; the semiolinguistic influence on the addressee is carried out by immersing clusters of signs with differently directed vectors into the discursive advertising space of the Krasnodar Territory.

**Keywords:** discourse, sign, advertiser, rhetoreme, linguistic rhetoric, semiolinguistics, linguistic personality

UDC 808.5 +659.44

**Введение.** Цель статьи заключается в лингвориторическом (ЛР) и лингвосомиотическом портретировании агента коммуникации в сфере рекламы туристических услуг как одной из максимально значимых областей рекреации и досуга современного Homo sapiens в таких его ипостасях, как Homo consummatus (Человек потребляющий), Homo recreativus (Человек отдыхающий) и Homo cognitionis (Человек познающий). Лексикография дефинирует агента рекламы как «...специалиста, профессионально занимающегося созданием и распространением рекламы». <sup>1</sup> В задачи данной статьи, таким образом, входят:

- определение и лингвистическое описание коммуникативно-поведенческих паттернов, детерминирующих деятельность рекламиста туристических услуг в статусе языковой личности;
- установление риторем, используемых языковой личностью рекламиста туристических услуг в коммуникативном взаимодействии с целевой аудиторией (клиентами турагентств, потенциальными туристами и пр.);
- выявление и описание кластеров знаков, вовлеченных в семиозис сферы туристических услуг и эксплуатируемых языковой личностью рекламиста в ходе интеракции с целевой аудиторией, известной как рекламно-туристический дискурс.

Следует отметить, что обозначенная нами проблема имеет достаточно обширную исследовательскую историю.

<sup>1</sup> Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-образовательный. – М.: Русский язык. – 2000. – в 2 т. – 1209 с.

Впервые определение туристического дискурса, как «...речевого события, происходящего между “агентом”/адресантом и “клиентом”/ туристом в рамках института туризма» было дано Е.П. Лиховидовой [Лиховидова 2011: 6]. Рекламно-туристический дискурс как объединение туристического и рекламного дискурса в единое целое впервые рассмотрен в работе М.С. Худойкиной [Худойкина 2018]. Инвентарь лингвориторических (риторические фигуры, средства моделирования речевого и неречевого поведения адресата, средства вовлечения адресата в общение) и лингвосемиотических (знаки-термины, знаки-историзмы, знаки-этнографизмы, знаки-экзотизмы, знаки-урбанизмы) средств воздействия агента рекламно-туристического дискурса достаточно подробно исследован в диссертации Н.В. Филатовой [Филатова 2014].

Деятельность рекламиста туристических услуг широко изучается с лингвокогнитивных и лингвосемиотических позиций зарубежными исследователями: в фокусе их внимания располагаются ЛР стратегии персонализации и семиотизации создания имиджа туристическим направлениям с целью привлечения к ним туристов. Разрабатываются такие понятия, как «имидж туристического направления» (destination image) и «персонализация туристического направления» (destination personality) (см. например, работы [Sahin, Seyhmus 2011]; [Ekinci, Hosany 2016]; [Papadimitriou, Apostolopoulou, Kaplanidou 2013]; [McWilliams, Crompton 1997]); [Souiden, Ladhari, Chiadmi 2017]; [Morgan, Pritchard 2000]; [Kim, Hwang, Fesenmaier 2005]. Ученые подчеркивают, что ключевая роль в успешности создания имиджа и персонализации туристического объекта принадлежит субъекту рекламиста в сфере туристических услуг.

Языковая личность рекламиста с точки зрения формирования ею лингвокогнитивных стратегий позиционирования и продвижения туристических услуг изучалась Н.А. Тюленевой [Тюленева 2008]; концепт «Рекламист» в рамках концептосферы российского рекламного туристического дискурса исследовался М.В. Терских и Ю.В. Бубенко [Терских, Бубенко 2015].

На эффективность рекламы Таиланда, основанную на лингвокреативном использовании специфики русского характера и гедонистических предпочтениях русских туристов, обращает внимание в своей докторской диссертации Д.С. Скарнев [Скарнев 2015]. Лингвосемиотическая креативность рекламиста, проявляющаяся при визуальной репрезентации туристического топообъекта, исследована И.А. Кондаковой [Кондакова 2015]. Реклама как жанр туристического Интернет-дискурса с точки зрения процессов глобализации и локализации рассматривалась И.Д. Волковой на материале русского, английского и французского языков [Волкова 2017]; метафорическая эксплуатация образа Германии в рекламном туристском дискурсе исследовалась Е.В. Третьяковой [Третьякова 2015]. Жанры англоязычного туристического дискурса как жанра гибридного, включающего в себя рекламный, энциклопедический, экскурсионный жанры, а также жанры мифологический и исторического повествования, оказались в центре внимания Л.М. Михайловой [Михайлова 2014]. М.В. Поварницына проанализировала ключевую роль рекламиста в экспликации лингвокультурных ценностей, описываемых туристическим медиадискурсом [Поварницына 2018]. Способность языковой личности российского и британского рекламиста в сфере туристических услуг создавать прецедентные феномены и эффективно их использовать как элементы дискурсивных практик туризма подробно рассмотрена в диссертации М.Ю. Илюшкиной [Илюшкина 2008]. Значительное количество исследований рекламно-туристического дискурса посвящено анализу такого качества языковой личности рекламиста в сфере туризма, как персуазивность / манипулятивность поведением потребителя (см., например, работы [Шхумишхова, Атакьян 2016]; [Горячев 2010]; [Терских, Зайцева 2013]). На важную особенность языковой личности рекламиста обращает внимание А.А. Чернега: исследователь видит в этой ипостаси местных жителей малых городов России, которые сами участвуют в социальном конструировании туристических достопримечательностей их малой Родины, создавая туристические объекты, основанные на местных промыслах, обычаях и пр. [Чернега 2016].

**Материалы и методы.** Деятельность рекламиста в сфере туристических услуг рассматривается нами в данной публикации на материале Интернет-ресурсов, посвященных продвижению туристического направления «Курорты Краснодарского края» в совокупности со всеми его географическими / территориальными, социально-значимыми, экономическими релевантными и природо-аттрактивными локациями; познавательными (cognitive), рекреационно-развлекательными и оздоровительными возможностями (health/leisure/recreation potential), рефлексия которых имеет лингвориторический, лингвосемиотический и дискурсивный характер.

В статье также рассмотрены примерные типы рекламистов (рекламщиков), т.е. создателей туристической рекламы как языковых личностей-продюсентов креативного рекламного контента, включающего в себя ЛР конструкции, семиотические кластеры и дискурсивные модели, направленные на продвижение туристического направления «Курорты Краснодарского края».

В исследовании использовались следующие методы:

- метод ЛР анализа для выявления воздействующего потенциала языковых средств, вовлеченных в рекламно-туристический текст и дискурс (в его основу положен ЛР подход, разработанный А.А. Ворожбитовой как «формирующий» на пересечении трех категориальных рядов: Этоса, Логоса и Пафоса (нравственно-философского, словесно-мыслительного и эмоционального начал речи) как идеологии любого речевого поступка» [Ворожбитова 2000: 3]);

- метод лингвосемиотического анализа для фиксации воздействующего потенциала кластеров вербальных и невербальных знаков, вовлеченных в креолизованные (поликодовые) рекламно-туристические тексты [Астафурова, Олянич 2008];

- метод дискурс-анализа для выявления стратегий и тактик воздействия рекламно-туристического дискурсивного фрагмента на клиента (потребителя туристических услуг).

**Обсуждение.** Личность рекламиста – феномен чрезвычайно сложный как в профессиональном, так и в психологическом (поведенческом) отношении; ну, и уж тем более – в отношении языковом. Как известно, в

задачи рекламиста как профессионала, прежде всего, входит создание рекламного продукта, его продвижение и продажа. Он должен изучить рынок, выяснить его состояние, определить потребности целевой аудитории, выявить избыток или нехватку требуемого товара или услуги; наконец, он обязан применить все возможные способы рекламы и продажи товара или услуги. В сфере туристических услуг эти задачи осложняются рядом факторов.

Во-первых, рекламируемый продукт необыкновенно сложен и комплексен: им является качественный отдых и рекреация, обеспечение которых – дело весьма хлопотное и тернистое. С одной стороны, зазывая клиентов в курортную зону, рекламист берет на себя ответственность за полное соответствие нарисованной им картинке с реальностью. С другой же – перед ним постоянно маячат соблазнительные стремления приукрашивания с целью извлечения большего дохода. Во-вторых, рекламист туристических услуг испытывает огромное давление со стороны заказчиков рекламы – владельцев курортной зоны, спа, отелей, ресторанов или кафе, парков развлечений и т.п. Каждый «тянет одеяло на себя», требует исключительности и эксклюзивности образа собственного бизнеса, в то время как зачастую этой эксклюзивностью на сам деле и не пахнет! Находясь между молотом и наковальней, а также под дамокловым мечом возможных жалоб и гневных писем клиентов в репрессивные инстанции, рекламист туризма вынужден находить паллиативные решения для презентации рекламы турпродукта, поддерживаемые лингвосемиотическими, лингвориторическими и дискурсивными средствами. Обратим внимание на то, что процессы создания и продвижения туристической рекламы осуществляются разными типами рекламщиков.

За создание рекламы туристического продукта отвечают **креаторы** как разработчики имиджа (tourist image) рекламируемой туристской зоны (исторические территории и объекты, природные объекты, природные парки и заповедники, культурные, социально значимые, социокультурные и национально значимые достопримечательности, курортные и оздоровительные зоны, спа, гастрономические объекты, центры локальных ремесел, музеи и т.п.) или туристического направления (tourist destination) – гастрономические туры, винный туризм, религиозный туризм, агротуризм, экстремальный туризм, медицинский туризм, космический туризм.

Разумеется, к туристическому направлению относится и путешествие в конкретную страну; **креаторы-лингвисты** ее рекламу начинают со слогана, обобщающего и привлекающего туристов в эту страну. Такие слоганы являются *знаками-аттрактивами* и в той или иной мере обобщают некоторое впечатление от посещения данной территории. Приведем ниже ряд примеров подобных знаков-аттрактивов с указанием рекламируемой страны.

Так, Антигуа и Барбудас привлекают своими пляжами (*The beach is just the beginning*); Аргентина обещает настроиться на вашу волну (*Beats to your rhythm*); Австрия приглашает возродиться (*Arrive and revive*); Багамы утверждают, что жить здесь просто великолепно (*Life Is Grand*); Босния и Герцеговина привлекают сердечностью приема, намекая, что даже сама страна напоминает силуэт сердца (*The heart shaped land*); Египет привлекает утверждением того, что вся мировая история началась именно здесь (*Where it all begins*); Франция называет свидание прямо как типичная французская кокетка (*Rendez vous en France*); Греция напоминает, что классика началась прямо здесь (*All Time Classic*); Гватемала зовет познакомиться с миром легендарных майя (*Heart of the Mayan World*); Израиль позиционирует себя как земля обетованная (*Promised Land*) и как земля Создателя (*Land of Creation*); Кыргызстан зовет отдохнуть путников Шелкового пути в своем оазисе (*Oasis on the Great Silk Road*); Перу зовет на родину легендарных инков (*Land of the Incas*); Монголия приглашает покатасться на верблюдах (*Go Nomadic, Experience Mongolia*); Турция просто зазывает в гости (*Be our guest*)<sup>1</sup>.

**Креаторы-дизайнеры** – особый типаж рекламиста. Их основной целью является создать такой визуальный образ туристического объекта, который бы манил, зазывал, привлекал, соблазнял туриста. В задачи креатора-дизайнера входит эффективная семиотизация рекламного продукта, достичь которую может использование невербальных *знаков-натуронимов* (фотографии красивых пейзажей, морских видов, горных вершин, рек, садов, виноградников), *знаков-глуттонимов*<sup>2</sup> (фотографии блюд, предлагаемых в ресторанах туристического объекта или направления); *знаков-вендонимов* (фотографии охотничьих трофеев, добытых во время охотничьего тура); *знаков-ихтионимов* (фотографии трофеев – рыб, пойманных во время рыболовного тура); *знаков-энонимов* (фотографии вин, предлагаемых на дегустациях во время специализированного винного тура); *знаков-отицимонимов* (фотографии различных форм досуга и развлечений в зонах туристических рекреаций); *знаков-монументонимов* (фотографии исторических памятников и архитектурных сооружений); *знаков-меморандонимов* (фотографии памятных локаций, домов-музеев известных персоналий); *знаков-рекреативов* (фотографии мест досуга и развлечений – театров, музеев, картинных галерей и пр.).

**Креаторы как специалисты в области лингвориторики и лингвосемиотики** представляют собой типаж, чьи креативные способности проявляются в языковой и дискурсивной сфере рефлексии туристических объектов. В задачи этих рекламистов туристической отрасли входит создание креолизованного или поликодового рекламного текста, под которым мы, вслед за Е.А. Елиной, понимаем такой формат текста, «...фактура которого состоит из двух негетерогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык) <...> Креолизованный текст определяется как особый лингговизуальный феномен, в котором «вербальные» и «иконические высказывания» образуют одно визуальное целое, оказывающее комплексное прагматическое воздействие на адресата» [Елина 2012: 98].

<sup>1</sup> См. статью «International tourism advertising» на сайте свободной энциклопедии «Википедия» [https://en.wikipedia.org/wiki/International\\_tourism\\_advertising#p-search](https://en.wikipedia.org/wiki/International_tourism_advertising#p-search)

<sup>2</sup> Термин А.В. Оляничка для обозначения знаков добычи, обработки, приготовления и потребления пищи [Оляничка 2007].

В качестве примера подобного креолизованного текста приведем преамбулу страницы «Пляжный отдых» сайта Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края <https://min.kurortkuban.ru/kurortnyu-turizm/>.

Его невербальная часть репрезентирована фотографией вида пляжа Черноморского побережья одного из приморских городов Краснодарского края, привлекающего прозрачностью и синевой морской воды, золотистым песком пляжа, комфортным пляжным оборудованием и большим количеством отдыхающих. Вся семиотика визуальной части страницы достаточно импактивна: зритель получает визуальный месидж, смысл которого в том, что регион комфортен для купания, солнечных ванн, популярен у населения.

Вербальный раздел web-страницы демонстрирует все признаки лингвориторического и лингвосемиотического воздействия:

Пляжный отдых

Краснодарский край расположен в западной части Большого Кавказа на Черноморском побережье России и является самым южным регионом России. Кубань – край двух морей – Азовского и Черного – главный и крупнейший курортно-туристский регион России. Здесь же на Кубани, холмами и невысокими горами в окрестностях Новороссийска и Геленджика, начинается Кавказский хребет. По разнообразию и уникальности природных ландшафтов, по великолепному сочетанию экзотических равнин, необыкновенных по красоте горных склонов и вершин, яркой субтропической зелени, безбрежной лазури Черного и Азовского морей, бесконечной протяженности пляжной линии, целебных минеральных источников и лечебных грязей этот курортно-рекреационный край не имеет аналогов в РФ<sup>1</sup>.

ЛР воздействие на клиента рекламно-туристического текста как продукта соответствующего дискурса оказывается при помощи использования таких *риторем* (термин И.А. Иванчук [Иванчук 2005] для обозначения языковой единицы в риторической / аттрактивной функции), как *риторемы предельности и превосходства*, выраженные прилагательными в превосходной степени (*главный и крупнейший курортно-туристский регион России; самый южный регион России; рекреационный край не имеет аналогов в РФ; уникальность природных ландшафтов*).

Лингвосемиотическое воздействие на адресата осуществляется при помощи погружения в дискурсивное пространство рекламы края кластеров таких знаков, как *знаки-эмотивы* (*великолепное сочетание экзотических равнин, необыкновенные по красоте горные склоны и вершины, яркая субтропическая зелень*), *знаки-гиперболы* (*безбрежная лазурь Черного и Азовского морей, бесконечная протяженность пляжной линии*) и *знаки-санитонимы* (целебные минеральные источники и лечебные грязи).

На анализируемом сайте имеется раздел, посвященный эно-гастрономическому туризму (виноделию и кухне) в Краснодарском крае. Его конструкция также представляет собой креолизованный (поликодовый) фрагмент рекламно-туристического дискурса, который содержит *риторемы превосходства* (*традиционная кухня воспринимается в связи с ... факторами, формирующими уникальную идентичность страны или региона*) и *лингвосемиотические кластеры*, содержащие *знаки-эмотивы* (*Природа щедро наградила Краснодарский край благоприятным климатом; восхитительный аромат янтарной лозы*) и *знаки-эногастрономические локативы* (*«Винная деревня», Винодельческий дом «Каракезиди», «Винное подворье старого грека», Ферма сидра «Сидрерия Чибий», Ферма Экзархо, Ресторан The Печь, Ресторан-музей «Стань», Ресторан авторской кухни «Баран-Рапан»*).

Надо сказать, что Кубань – идеальное пространство для туриста, прибывающего в край с гастрономическими интенциями. Лингвориторическая и лингвосемиотическая креативность рекламистов гастрономических локаций Краснодара маркирована весьма высокими импактивным и суггестивным потенциалами, что видно в следующих примерах описаний той еды, которая подается в ресторанах столицы края<sup>2</sup>:

«Неброское эстетство и лавка деликатесов. По уровню приготовления и подачи блюд – стерляжьей ухи, каталаны с морепродуктами, стейка «Шатобриан» на березовых углях, пельменей с крабом ручной лепки, «Наполеона» – это, безусловно, ресторан, притом очень хороший. Однако заведение предпочитает именоваться «кафе». И эта тихая скромность пропитывает атмосферу «Пушкиниста»: разудалого веселья в этих стенах не застать. Даже несмотря на забористую хреновуху и ягодный бриоль собственного изготовления. К слову, любое из наименований в обширной карте напитков – от редких позиций из Италии и Франции до вина под собственной маркой, от шампанского с пятизначным ценником до трехлитровой банки кизилового компота – можно приобрести навынос в бакалейной лавке при заведении. Равно как и гастрономии: твердые сыры, террины, шоколад ручной работы и так далее» (ресторан «Пушкинист»).

Как видим, ЛР потенциал данного рекламного текста как продукта глоттонического дискурса зиждется на вкрадчивом убеждении клиента в том, что посещение данного заведения будет подарком не только самому взыскательному эстету, любителю деликатесов европейской (галльской – см. *знаки-глоттонимы каталаны с морепродуктами, Наполеон, пельмени с крабом ручной лепки; знаки-ресурсонимы (твердые сыры, террины, шоколад ручной работы)*), а также британской («аглицкой») кухни (см. *знак-глоттоним стейк «Шатобриан» на березовых углях*), поэзии пушкинских времен, но и человеку с барскими замашками, обожающему русские традиционные супы (*знак-глоттоним белужья уха*) и русские напитки (*знак-глоттоним кизиловый компот; знаки-вакхонимы ягодный бриоль, шампанское и хреновуха*).

<sup>1</sup> См. сайт Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края <https://min.kurortkuban.ru/kurortnyu-turizm/>.

<sup>2</sup> Примеры приводятся с сайта [<https://www.afisha.ru/krasnodar/restaurant/36445/>]

Еще пример: «Если где-то и существуют клубы мясных коллекционеров, то выглядят они наверняка как «Скотина»: неяркий интерьер в теплых тонах, где валяжные бородачи рассуждают о мраморных отрубках и прицениваются к особо редким кускам, которые здесь продаются также и навынос. Бычки для этого ресторана выращиваются в местных хозяйствах (в «Скотине» вообще в ход идут в основном локальные продукты), и в меню можно найти практически любую «запчасть» – от ушей (в составе салата с пряными свиными ушами, 250 р. за порцию) до яичек, запеченных со свеклой (300 р.). Есть местный ответ флорентийскому стейку – стейк Кубанский весом больше 1 кг (от 1500 р.), а также «Куббургер» (350 р.). Среди гарниров и закусок встречаются редкие для Краснодара кускус, паштет из телячьих мозгов с муссом из батата и чеснока. Запивать это разнообразие следует домашними ягодными настоями, кубанскими винами и односолодовым виски, перечисление сортов которого занимает в барной карте почти столько же места, сколько все остальные напитки, вместе взятые.

Стартовал прием заявок на новогоднюю доставку из мясного ресторана «Скотина»! Хотим, чтобы блюда из лучшего мясного ресторана в стране радовали вас и вашу семью 31 декабря.

Гусь, запеченный с трюфельным мёдом и хурмой, 7-дневного вызревания и 5-дневного маринования в солевом растворе. Запекаем в печи до готовности и глазируем мёдом. Подаём с салатом из хурмы и облепихи с трюфельным маслом.

Баранья нога по-южному с анчоусами и подкопченными томатами, шпигованная розмарином, чесноком и анчоусами и запеченная в печи в солевом панцире.

Паштет. Тот самый паштет из говяжьей печени со сливочным маслом и мармеладным луком, кремом из кураги и хлебом бриошь.

Оливье! Мы готовим этот салат с говяжьим языком, копченым ростбифом и отварным куриным яйцом» (Мясной ресторан Тахира Холикбердиева «Скотина»).

ЛР структура данного фрагмента рекламного текста как продукта глоттонического дискурса зиждется на двух риторемах – *ритореме пропаганды эксклюзивности, дороговизны ценового товарного сегмента и закрытости* («клубы мясных коллекционеров» в виде «валяжных бородачей», которые «рассуждают о мраморных отрубках и прицениваются к особо редким кускам») и *ритореме аттракции*, базирующейся, в первых, на нетривиальности и двусмысленности названия ресторана («Скотина» как просторечная номинация домашнего скота и как гендерно маркированная номинация мужчины противоположным полом), а также на привлекательности весьма качественного продукта, приготавливаемого и продаваемого в этом заведении («Хотим, чтобы блюда из лучшего мясного ресторана в стране радовали вас и вашу семью 31 декабря!»).

Данная ЛР структура поддерживается лингвосомиотически – при помощи кластеров знаков:

- *аграрных локативов* («бычки для этого ресторана выращиваются в местных хозяйствах»);
- *глуттонических локативов и локальных вакхонимов* («местный ответ флорентийскому стейку – стейк Кубанский»; «Куббургер»; «кубанские вина»);
- *глуттонических эксквизитивов* (пряные свиные уши; яички, запеченные со свеклой; кускус; паштет из телячьих мозгов с муссом из батата и чеснока);
- *глуттонических процессивов* («...запекаем в печи до готовности и глазируем мёдом»; «подаём с салатом из хурмы и облепихи с трюфельным маслом»; «...с анчоусами и подкопченными томатами, шпигованная розмарином, чесноком и анчоусами и запеченная в печи в солевом панцире»);
- *глуттонических аллюзивов*, возбуждающих воспоминание клиентов о знаменитом некогда вкусе («Тот самый паштет из говяжьей печени со сливочным маслом и мармеладным луком, кремом из кураги и хлебом бриошь»);
- *глуттонических специалитетивов*, фиксирующих специфику и локальное своеобразие приготовления известного блюда («Баранья нога по-южному» [т.е. не так, как в других регионах]; «Оливье! Мы готовим этот салат с говяжьим языком, копченым ростбифом и отварным куриным яйцом» [т.е. по-своему, не так, как требует классический рецепт Огюста Оливье]).

**Заключение.** Подводя итоги, отметим следующее.

1. Портрет языковой личности рекламиста туристических услуг складывается из триады параметров, которую образуют лингвориторические, лингвосомиотические и дискурсивные характеристики.
2. Креатор рекламы туристических услуг как основной типаж, вовлеченный в данную индустрию, может быть профессионально типологизирован с точки зрения чистой семиотики (креатор-дизайнер, визуализирующий некоторый турпродукт при помощи кластеров невербальных знаков – натуронимов, глоттонимов, вендонимов, ихтионимов, энонимов, отнумонимов, меморандонимов, монументонимов рекреативов), лингвориторики (риторемы предельности и превосходства) и лингвосомиотики, встроенной в контекст рекламно-туристического дискурса, обеспечивая креатора дискурсивными компетенциями (использование в дискурсивном пространстве кластеров вербальных знаков-эмотивов, знаков-гипербол, знаков-санитонимов, знаков-эногастрономических локативов).
3. Наиболее ярко лингвориторическая и лингвосомиотическая креативность рекламистов туристических объектов и дестинаций Краснодара и Краснодарского края проявляется гастрономической сфере, которая маркирована весьма высокими импактивным и суггестивным потенциалами, как свидетельствуют примеры дескрипций той еды, которая подается в ресторанах столицы края. ЛР структура приведенных фрагментов рекламного текста как продукта глоттонического дискурса зиждется на двух риторемах – ритореме пропаганды эксклюзивности, дороговизны ценового товарного сегмента и закрытости и ритореме аттракции. Выделенные риторемы поддержаны лингвосомиотически, при помощи кластеров знаков, таких как аграрные локативы; глоттонические локативы; локальные вакхонимы; глоттонические эксквизитивы; глоттонические процессивы; глоттонические аллюзивы; глоттонические специалитетивы.

4. Перспективой исследования представляется дальнейшее лингвориторическое и лингвосомиотическое измерение импактивного (воздействующего) потенциала деятельности рекламиста в дискурсивной сфере туристических услуг.

#### Библиография

- Астафурова Т.Н. Олянич А.В. Лингвосомиотика власти: знак, слово, текст: монография. – Волгоград: ИПК ФГОУ ВПО ВГСХА «Нива», 2008. – 244 с.
- Волкова И.Д. Глобализация и локализация как векторы развития туристического Интернет-дискурса (на материале русского, английского и французского языков). Дисс. ...канд. филол. наук. – 10.02.19 – Теория языка. – Волгоград, 2017. – 210 с.
- Ворожбитова А. А. Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – Автореф. дисс. докт. филол. наук. – Специальность 10.02.19 – Общее языкознание, социолингвистика, психолингвистика. – Краснодар, 2000. – 52 с.
- Ворожбитова А. А. Основы лингвориторической парадигмы: учеб. пособие / А. А. Ворожбитова. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2019. – 176 с.
- Горячев А.А. Моделирование речевого воздействия в рекламной коммуникации. – Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – СПб., 2010. – 24 с.
- Елина Е.А. Семиотика рекламы: учебное пособие. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 136 с.
- Иванчук И.А. Риторический компонент в публичном дискурсе носителей элитарной речевой культуры: автореф. дисс. докт. филол. наук: 10.02.01. – Саратов, 2005. – 66 с.
- Илюшкина М.Ю. Прецедентные феномены в российской и британской печатной рекламе услуг для туристов: дисс. ...канд. филол. наук: 10.02.20. – Екатеринбург, 2008. – 273 с.
- Кондакова И.А. Репрезентация топообъекта в рекламном дискурсе (мультиmodalный аспект на примере англоязычной туристической рекламы). – Филологические науки. Вопросы теории и практики, № 11 (53), часть 1. – Тамбов: издательство Грамота, 2015. – С. 107–111
- Лиховидова Е.П. Авторские стратегии построения гипертекстового пространства англоязычных интернет-сайтов отелей: автореф. дисс. канд. филол. наук: 10.02.04. – Волгоград, 2011. – 21 с.
- Михайлова Л.М. Основы туристического дискурса в современном английском языке. – Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Новые тенденции в образовании и науке: опыт междисциплинарных исследований» (г. Ростов-на-Дону, 27 февраля 2014 г.). – Гуманитарные и социальные науки. – г. Ростов-на-Дону, 2014. – № 2. – С. 618–620.
- Олянич А.В. Презентационная теория дискурса: монография. – М.: Гнозис, 2007. – 407 с.
- Поварнищина М.В. Лингвокультурная характеристика ценностей туристического медиадискурса. – Известия ВГПУ. Филологические науки. Языкознание. – Волгоград: Перемена, 2018. – С. 122–127
- Скнарев Д.С. Языковые средства создания образа в рекламном дискурсе: семантический, прагматический, маркетинговый аспекты: дисс. ... докт. филол. наук: 10.02.01. – Челябинск, 2015. – 390 с.
- Терских М.В., Бубенко Ю.В. Концептосфера российского рекламного туристического дискурса // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. – 2015. № 2(10). – С. 36–57.
- Терских М.В., Зайцева О.А. Коммуникативные стратегии в дискурсе элитного туризма // Политическая лингвистика. – 2013. № 4(46). – С. 234–244.
- Третьякова Е.В. Метафорический образ Германии в рекламном туристском дискурсе. – Дисс. ... канд. филол. наук. – Специальность 10.02.04 – Германские языки. – Иркутск, 2015. – 185 с.
- Тюленева Н.А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе: автореф. дисс. канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2008. – 25 с.
- Филатова Н.В. Дискурс сферы туризма в прагматическом и лингвистическом аспектах: автореф. дисс. канд. филол. наук: 10.02.01. – Москва, 2014. – 25 с.
- Худойкина М.С. Рекламно-туристический дискурс и функционально-стилистические особенности в переводческом аспекте. – Философия и наука в культурах запада и востока. – Сборник статей по материалам II Всероссийской научной конференции с международным участием (6–7 июня 2018 г.). – Отв. ред. Е.В. Тихонова. – Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2018. – С. 46–48.
- Чернега А.А. Роль местных жителей в социальном конструировании туристических достопримечательностей малых городов России. – ЭКО. – «016. – №5. – С. 120–133.
- Шхумишхова А.Р., Атакьян Г.С. Технология манипулятивного воздействия в текстах туристической рекламы. – Ежеквартальный рецензируемый, реферируемый научный журнал «Вестник АГУ». – Выпуск 4 (187). – Майкоп, 2016. – С. 148–152.
- Ekinci Y., Hosany S. Destination Personality: An Application of Brand Personality to Tourism Destinations. – Journal of Travel Research 2016; P. 128-139; © 2016 SAGE Publications
- Kim Dae-Young, Hwang Yeong-Hyeon, Fesenmaier Daniel R. Modeling Tourism Advertising Effectiveness. – Journal of Travel Research 2005; 44; 42 © 2005 SAGE Publications. – DOI: 10.1177/0047287505276590
- McWilliams E.G., Crompton J.L. An expanded framework for measuring the effectiveness of destination advertising. – Tourism Management, Vol. 18, No. 3, pp. 127-137, 1997. – © 1997 Elsevier Science Ltd
- Morgan N., Pritchard A. Advertising in tourism and leisure. – Butterworth Heinemann, Oxford, 2000. – 346p. – ISBN 0-7506-4531-8
- Papadimitriou D., Apostolopoulou A., Kaplanidou K. Destination Personality, Affective Image, and Behavioral Intentions in Domestic Urban Tourism. – Journal of Travel Research 2013, Vol XX(X) 1–14; © 2013 SAGE Publications; DOI: 10.1177/0047287513516389
- Sahin S., Baloglu S. (2011) Brand personality and destination image of Istanbul, Anatolia, 22:1, 69-88, DOI: 10.1080/13032917.2011.556222
- Souiden N., Ladhari R., Chiadmi N.E. Destination personality and destination image. – Journal of Hospitality and Tourism Management 32 (2017). – P. 54–70.

**Аксиологический потенциал языковой личности переводчика  
в свете лингвориторической парадигмы**

<sup>1</sup>Кушнина Людмила Вениаминовна  
<sup>2</sup>Назмутдинова Светлана Сергеевна

<sup>1</sup>Пермский национальный исследовательский политехнический университет, Россия  
614000, г. Пермь, Комсомольский пр-т, 29  
доктор филологических наук, профессор  
E-mail: lkushnina@yandex.ru

<sup>2</sup>Пермский федеральный исследовательский центр Уральского отделения РАН, Россия  
614000, г. Пермь, ул. Ленина, 13а  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: svetlana230182@ya.ru

**Аннотация.** В статье обсуждается проблема формирования элитарной языковой личности переводчика, которая отличается владением гармоничным переводческим мировоззрением. Методология исследования строится на концепции переводческого пространства как синергетической модели перевода. В результате исследования установлено, что этот процесс будет гораздо более эффективным, если, наряду с гармоничным мировоззрением, будет сформирована лингвориторическая компетенция. В статье показано, что аксиологический потенциал переводчика определяется их сочетанием, что особенно значимо в ситуации устного последовательного перевода.

**Ключевые слова:** языковая личность переводчика, лингвориторическая компетенция, гармоничный перевод, дисгармоничный перевод, переводческое пространство.

УДК 81'255

**Axiological potential of translator's linguistic personality from the perspective  
of linguistic & rhetorical paradigm**

<sup>1</sup>Ludmila V. Kushnina  
<sup>2</sup>Svetlana S. Nazmutdinova

<sup>1</sup>Perm National Research Polytechnic University, Russia  
614000 Perm, Komsomolsky Prospekt, 29  
Doctor of Sciences (Philology), Professor  
E-mail: lkushnina@yandex.ru

<sup>2</sup>Perm Federal Research Centre of the Ural Branch of Russian Academy of Sciences, Russia  
614000 Perm, Lenin Str., 13a  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: svetlana230182@ya.ru

**Abstract.** The article discusses the process of forming an elite linguistic personality of a translator with a harmonious translation worldview. The methodology of the study rests on the concept of a translation space as a synergetic model of interpreting. The research has found that this process becomes much more efficient if, along with harmonious outlook on interpreting, a translator acquires the linguistic rhetorical competence. The paper reveals that the translator's axiological potential is determined by the combination of both factors which is crucial during oral consecutive interpreting.

**Keywords:** translator's linguistic personality, linguistic rhetorical competence, harmonious translation, disharmonious translation, translation space.

UDC 81'55

**Введение.** Современная лингвоперсонология обращается к исследованию языковой личности в различных аспектах. В связи с тем, что в центре нашего научного интереса находятся проблемы формирования элитарной языковой личности переводчика, особое значение приобретают лингвориторические аспекты исследования, ориентированные на понимание речевых событий в их межъязыковом и межкультурном измерении.

В основе наших рассуждений лежит синергетическая концепция переводческого пространства, разрабатываемая одним из авторов данной статьи [Кушнина 2010, 2019 и др.]. Мы основываемся на идеях лингвосинергетики и трактуем перевод как саморазвивающуюся, самоорганизующуюся систему транспонирования множества гетерогенных эксплицитных и имплицитных смыслов. Основы синергетики были заложены в середине прошлого века Г. Хакеном, И. Пригожиным, С.П. Курдюмовым и др. для описания и характеристики открытых нелинейных процессов и систем. В начале двухтысячных годов синергетика проникла в гуманитарные науки, включая педагогику и лингвистику. В своих работах мы опираемся на результаты исследований Н.Л. Мышкиной, Г.Г. Москальчук, В.А. Пищальниковой, рассматривающих язык в синергетической парадиг-

ме, для которой характерно наличие системных процессов саморегуляции, что, в совокупности с внешними факторами такими как социум и культура, образует динамику системы. Согласно воззрениям Г.Г. Москальчук, порождение текста является результатом синергетического процесса [Москальчук 2003]. Эта мысль послужила для нас импульсом рассмотрения текстопорождения при переводе как полноценного синергетического процесса. Ключевая идея синергетики-порядок-хаос-порядок находит яркое подтверждение в переводческой деятельности: текст оригинала мы соотносим с порядком; текст в процессе перевода, подвергающийся переводу, приобретает форму хаоса; текст перевода как его результат, обретает иной порядок, в ином лингвокультурном выражении.

Природа синергетических процессов в лоне языка описана Н.В. Дрожжих, которая определяет процесс непрерывного изменения языка как процесс диверсификации или языковой вариативности, исходящей от говорящего и противоположный процесс унификации, исходящий от слушающего, который выбирает единственно возможную форму значения: «Так осуществляется процесс самоорганизации языковых структур» [Дрожжих 2006: 14].

Какова же роль переводчика в саморазвивающемся переводческом пространстве? Как и любое речевое событие, перевод является одновременно субъективным и объективным, осознаваемым и неосознаваемым, стереотипным и творческим, рациональным и эмоциональным. Этот процесс определяет переводческую дихотомию, которая составляет онтологическую сущность перевода. Именно дихотомическая природа перевода открывает простор как для его открытости и саморазвития, так и для его осмысления переводящей личностью.

Речемыслительная деятельность языковой личности переводчика как субъекта коммуникации исследуется нами в ситуации переводческого пространства, наряду с речемыслительной деятельностью других субъектов коммуникации – автора и реципиента. При этом эффективное речевое построение, к которому стремится переводчик, может быть изучено в рамках лингвориторики, чему посвящена данная статья.

Как поясняют авторы Стилистического энциклопедического словаря русского языка, «современная риторика изучает все виды общественно-речевого взаимодействия» [СЭСРЯ 2003: 361]. При этом она ориентирована на все формы и виды словесности, включая устную речь и письменную речь, а также различные виды профессиональной речи, включая интеллектуальные профессии.

Теоретические основы исследования профессиональной языковой личности переводчика заложены А.Б. Бушевым [Бушев 2010]. В своих работах мы поставили задачу изучения процесса формирования элитарной языковой личности переводчика в свете концепции переводческого пространства. Можно предположить, что речемыслительная деятельность переводчика может быть также изучена с позиций лингвориторики, что существенно расширит наши представления о феномене языковой личности переводчика.

В исследованиях А.А. Ворожбитовой лингвориторическая парадигма представлена многоаспектно [Ворожбитова 2000, 2003]. Ученый исследует лингвориторические компетенции, подчеркивая необходимость риторизации филологического образования. Исследуя такие стороны процесса риторизации как формирование у обучаемых эрудиции экстралингвистического характера, развитие этически ответственной речемыслительной деятельности, А.А. Ворожбитова делает вывод о социокультурной детерминации формируемых у субъекта речи компетенций. Автор исследования вычленяет два типа деятельности субъекта речи: языковые операции (лингвистическая составляющая), а также текстовая деятельность и коммуникативная деятельность (риторическая составляющая), что дает основание анализировать два типа компетенций, обозначенные как языковая субкомпетенция и риторическая субкомпетенция.

**Материалы и методы.** Исследуя языковую личность переводчика, мы акцентируем внимание на языковом сознании переводчика, на формировании особой переводческой картины мира, гармоничного переводческого мировоззрения, что может быть рассмотрено в рамках интегральной лингвориторической компетенции.

Поясним наши исходные позиции. Обратимся к концепции переводческого пространства, в котором мы вычленим смысловое ядро – эксплицитно выраженное содержание текста, которое можно выразить с помощью актуального членения и периферийные смысловые поля, формирующие имплицитные смыслы. Среди имплицитных смыслов мы разграничиваем три поля субъектов переводческой коммуникации: автора, переводчика, реципиента и два текстовых поля: энергетическое и фатическое. В каждом из полей формируется особый смысл, при этом интегральный смысл целого текста не есть сумма смыслов всех его полей, но результат их синергии. Процесс синергии совершается преимущественно в поле переводчика с его индивидуально-образным смыслом и в фатическом поле с его культурологическим смыслом. Синергетический эффект проявляется в приращении новых смыслов. Во-первых, каждый переводчик как индивид обладает собственными лингвистическими и экстралингвистическими предпочтениями, т.е. свойственными только ему проявлениями языковой и риторической субкомпетенциями. Более того, по нашим наблюдениям, в разные периоды профессиональной деятельности эти проявления также оказываются различными. Это значит, что один и тот же текст, переведенный тем же переводчиком повторно, может иметь разный синергетический эффект, так как появляются новые смысловые приращения. Если же этот переводчик буде переводить этот же текст на другие языки, в его сознании возникнут другие смысловые приращения, синергетический эффект окажется иным. Мы полагаем, что максимальный эффект имеет место в фатическом поле переводческого пространства, так как здесь происходит взаимодействие контактирующих культур сквозь призму интертекстов этих культур.

Но синергия как сущностное свойство процесса перевода приобретает в нашей концепции и другое значение. В результате синергии смыслов происходит порождение качественного текста перевода, что мы обозначили как гармоничный перевод. При обнаружении переводческой ошибки мы констатируем проявление дисгармонии.





рушая его атмосферу. Мы признаем данный перевод гармоничным, соразмерным исходным смыслам и его духу.

Приведем примеры дисгармоничного перевода. Мы обратились к рассказу А.П. Чехова «Архиерей» и его переводу на французский язык, озаглавленному «L'évêque». Автор часто использует либо устаревшую лексику, либо разговорные выражения, что совершенно не нашло отражения в переводе. Переводчик использует общепринятые литературные нормы, нейтрализуя художественную выразительность оригинала:

- |  |   |
|--|---|
| – Мне бы потолковать с вами  | – <i>J'aurai voulu parler avec vous...</i> (p.122-123).   |
| – Пойдем, Катечка  | – <i>Viens, Katia</i> (p.116-117)   |
| – Он тоже прослезился  | – <i>Monseigneur sentit lui aussi les larmes lui monter aux yeux</i> (p.116-117)  |
| – Как долго шла всенощная!   | – <i>Que l'office a été long</i> (p.80-81)  |
| – А тут, ваше преосвященство, ваша мамаша без вас приехали   | – <i>Mon Seigneur, Madame votre mère est arrivée en votre absence</i> (p.84-85)   |
| – Не ндравится мне   | – <i>ça ne me revient point</i> p.(92-93)   |
| – Не спится мне  | – <i>je n'arrive pas à dormir</i> (p.92-83)   |
| – Сидишь, бывало, вечером один-одинешенек  | – <i>Je m'asseyais le soir, tout seul</i> (p.98-99)   |
| – И то и дело «чаю напившись» или «напимшись», и, похоже было, как будто в своей жизни она только и знала, что чай пила. | – <i>Et toutes les cinq minutes, elle redisait; après avoir pris le thé; on aurait dit que durant sa vie elle n'avait su que prendre le thé.</i> (p.100-101). |

Эти и многие другие примеры показывают, насколько переводчик не сумел передать живой разговорный язык персонажей А.П. Чехова, придающих ему неповторимый колорит, воссоздающих не только стиль их речевого поведения, но и раскрывающих характер. Если лексические единицы типа «ндравится/не ндравится», «напимшись», «потолковать» вызывают у читателя оригинала впечатление стилистической сниженности, характерной для обиходно-бытовой речи выходцев из народной среды, то лексемы текста перевода не позволяют франкоязычному читателю даже догадаться о том, каков этот персонаж, так как он грамотно и корректно излагает свои мысли. Таким образом, стилистически маркированные слова оригинала преобразуются в нейтральные, и сам текст «нейтрализуется», что мы соотносим с переводческой ошибкой, как предельным случаем переводческой дисгармонии. Наряду с этим мы вычлняем переводческие несоответствия, переводческие погрешности, переводческие неточности.

Ясно, что в рассмотренных выше случаях дисгармоничности не может идти речи об элитарности переводчика, так как его коммуникативные качества не удовлетворяют требованиям принимающей культуры. Лишь согласованное и соразмерное восприятие смыслов иноязычным реципиентом, т.е. их гармоничность могут приобрести новую ценность в иной культуре и обогатить ее.

Выявление гармоничного/дисгармоничного перевода позволяет обобщить наши сведения о переводящей личности, оценить ее аксиологический потенциал. Проведение этих исследований в русле лингвориторической парадигмы позволит нам рассмотреть современные тенденции формирования элитарной языковой личности переводчика.

Понятие элитарной речевой культуры было введено О.Б. Сиротининой, которая описала иерархию типов речевой культуры [Сиротинина 2001]. Изучение элитарной языковой личности в профессиональном дискурсе исследовано М.С. Силантьевой, которая следующим образом охарактеризовала дискурсивные доминанты элитарной языковой личности: «В качестве дискурсивных доминант элитарной языковой личности выступают высокий уровень культуры, достижение говорящим коммуникативных задач, соблюдение литературных, стилистических и этических норм, стремление к постоянному речевому совершенствованию и коммуникативной ответственности» [Силантьева 2012: 7].

Мы предположили, что обозначенные выше параметры носят универсальный характер и в полной мере могут быть отнесены к языковой личности переводчика. Мы солидаризуемся с учеными, которые признают, что переводчик является вторичной языковой личностью. Но вторичность не означает второстепенности. Разумеется, переводчик не сам создает смыслы, он транслирует смыслы автора. Вместе с тем, в рамках синергетики перевода мы акцентируем внимание на приращении новых, культурно значимых смыслов, порождаемых переводчиком. Мы считаем, что переводчик – активная, мыслящая, созидательная личность.

Это не означает, что каждый переводчик является элитарной языковой личностью. Мы считаем, что овладение переводческим пространством и категорией гармонии как его аксиологической доминантой приводит переводчика к тому, чтобы он стал элитарной языковой личностью. В этом случае он обретет черты гармонизатора культуры, а не только их медиатора и посредника.

Согласно результатам исследований А.А. Воровжитовой, важнейшей задачей современного гуманитарного образования является формирование лингвориторической компетенции языковой личности в самых различных сферах ее профессиональной деятельности [Воровжитова 2004, 2018]. Применительно к переводческой деятельности это означает, что формирование элитарной языковой личности переводчика в ситуации устного последовательного перевода также может и должно включать в себя, наряду с гармоничным переводческим мировоззрением, лингвориторические компетенции, что в совокупности приведет эту личность к эффективной коммуникации. Высокая речемыслительная культура переводчика базируется на единых основаниях, стремится к единому речевому идеалу, обладающему общими социокультурными ценностями, обуславливая тем самым взаимопонимание иноязычных и инокультурных коммуникантов.

**Заключение.** В рамках данной статьи были затронуты некоторые вопросы, касающиеся элитарности языковой личности переводчика. Решение этих вопросов видится нам в необходимости обращения к двум взаимодополняемым научным парадигмам: лингвориторике и синергетике перевода. Лингвориторическая парадигма как отражение константы мировой культуры изучает языковую личность на всех этапах ее становления и развития: коммуникативный замысел, поиск аргументов, собственно сообщение, рефлексия, что нашло отражение в многочисленных публикациях А.А. Ворожбитовой, а также ее коллег и учеников. Парадигма синергетики перевода аккумулирует культурно-ориентированные концепции переводческой деятельности, нашла отражение в наших исследованиях, многие из которых выполнены совместно с учениками и последователями. Результатом наших научных изысканий в этой области стали две коллективных монографии: «Введение в синергетику перевода» (Пермь, 2014) и «Теория перевода в классической и современной исследовательской парадигме: онтология, методология, аксиология» (Москва, 2020).

Подытоживая, подчеркнем: «Наша трактовка гармоничного перевода соотносится с выдвинутой У. Эко трактовкой верного перевода. Идея верности перевода, равно как и идея гармоничности перевода, апеллирует к порождению в сознании читателя того же впечатления, которое возникает в сознании носителя языка оригинала. Назовем этот феномен «переводческим импрессионизмом» [Теория перевода... 2020: 12]. Переводческий импрессионизм – это не только метафора, мы полагаем, что это – состояние души истинного переводчика, профессионала, активного субъекта межкультурной коммуникации, который стремится стать элитарной языковой личностью, объединяющей другие личности, языки и культуры.

#### Библиография

- Аликина Е.В. Устный последовательный перевод: ключевые аспекты теории и практик. – Пермь, Изд-во Перм. гос. техн. ун-та, 2008. – 183 с.
- Бушев А.Б. Русская языковая личность профессионального переводчика: автореф. дис. ... д-ра филол. Наук. – М., 2010. – 21 с.
- Введение в синергетику перевода. колл. монография под ред. Л.В. Кушнина. – Пермь, ПНИПУ, 2014. – 278 с.
- Ворожбитова А.А. Альтернативы лингвориторическому образованию – нет! // Мир русского слова. – 2004. – № 3. – С. 26–33.
- Ворожбитова А.А. Интегральная лингвориторическая компетенция языковой личности и механизмы ее реализации // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2003. – № 3. – С. 134–142.
- Ворожбитова А.А. Лингвориторическая парадигма: теоретические и практические аспекты: автореф. дисс. ... д-ра филол. наук. – Краснодар, 2000. – 48 с.
- Ворожбитова А. А. Лингвориторика: основы речевого самосовершенствования: учеб. пособие по дисциплинам «Культура речи», «Русский язык и культура речи», «Русский язык, культура речи и делового общения», «Речевая коммуникация», «Риторика», «Педагогическая риторика» / А. А. Ворожбитова. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2018. – 176 с.
- Дрожащих Н.В. Синергетическая модель интеграции иконических единиц разных уровней. Диахрония. – Тюмень, 2006. – 256 с.
- Кушнина Л.В., Силантьева М.С. Языковая личность переводчика в свете концепции переводческого пространства // Вестник Пермского университета Российская и зарубежная филология. – 2010. Вып. 6 (12). – С. 71–75.
- Кушнина Л.В. Формирование элитарной языковой личности лингвиста-переводчика в процессе обучения письменному переводу // Вопросы методики преподавания в вузе. – СПб. – Том 8, № 29. – 2019. – С. 24–32.
- Москальчук Г.Г. Структура текста как синергетический процесс. – М., 2008. – 296 с.
- Назмутдинова С.С. Гармония как переводческое мировоззрение при исследовании кинодискурса // Индустрия перевода и информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности предприятий. – Пермь, ПГТУ, 2006. – С. 50–53.
- Сиротинина О.Б. Основные критерии хорошей речи // Хорошая речь. Колл. монография под ред. О.Б.Сиротининой – Саратов. 2001. – С. 6–28.
- СЭСРЯ – Стилистический энциклопедический словарь русского языка. – М.: Флинта. Наука, 2003. – 696 с.
- Теория перевода в классической и современной исследовательской парадигме: онтология, методология, аксиология: монография / под ред. Л.В. Кушнина. – М.: Флинта, 2020. – 336 с.
- Arseni Tarkovski. Poèmes. Editions “Radouga”. – Moscou, (bilingue), 1991. – 206 p.
- Anton Tchekhov. La dame au petit chien. – Gallimard, (bilingue), 1993. – 194 p.

**Особенности формирования вторичной языковой личности  
у иностранных обучающихся медицинского вуза**

<sup>1</sup>Линник Любовь Александровна  
<sup>2</sup>Фаршатов Расул Салихович

<sup>1</sup>Башкирский государственный медицинский университет  
Министерства здравоохранения Российской Федерации, Россия  
450008, г. Уфа, ул. Ленина, 3  
старший преподаватель  
E-mail: lyubovlinnik07@gmail.com

<sup>2</sup>Башкирский государственный медицинский университет  
Министерства здравоохранения Российской Федерации, Россия  
450008, г. Уфа, ул. Ленина, 3  
кандидат медицинских наук, доцент  
E-mail: farshatov@bashgmu.ru

**Аннотация.** Вторичная языковая личность, возникающая в результате межкультурной коммуникации, обуславливающей как эффективное использование иностранного языка в различных сферах деятельности, так и саморазвитие в языковой, образовательной и социокультурной среде, и включающей принятие картины мира, характерной для носителей изучаемого языка, формируется в результате интенсификации изучения русского языка, использования на занятиях по русскому языку интерактивных методов (встречи с носителями языка, различные ситуационные задачи, участие в квестах, стимулирующих коммуникативную активность, и др.), глубокого погружения в коммуникативную среду, в том числе в академическую, посещение театров, музеев, концертов, кинотеатров, чтение литературы на русском языке (первоначально адаптированной, затем оригинальной, чаще – стихов), использования русскоязычных интернет-ресурсов и ряда других факторов адаптивного характера.

**Ключевые слова:** вторичная языковая личность, адаптация иностранных обучающихся, русский язык как иностранный.

УДК 378-052(0.054.6):81-13

**Forming a secondary linguistic personality of foreign students of a Medical University**

<sup>1</sup>Liubov A. Linnik  
<sup>2</sup>Rasul S. Farshatov

<sup>1</sup>Bashkir State Medical University, Russia  
450008 Ufa, Lenin Str., 3  
Senior Lecturer  
E-mail: lyubovlinnik07@gmail.com

<sup>2</sup>Bashkir State Medical University, Russia  
450008 Ufa, Lenin Str., 3  
Candidate of Sciences (Medicine), Associate Professor  
E-mail: farshatov@bashgmu.ru

**Abstract.** The secondary linguistic personality arises within intercultural communication as a result of the effective use of a foreign language in different spheres of activity and self-development in the linguistic, educational and sociocultural environments which is accompanied by the adoption of the worldview characteristic of native speakers. This type of linguistic personality is formed as a result of intensive studying the Russian language and the use of interactive methods (meetings with native speakers, various situational tasks, participation in quests, stimulating communicative activities, etc.), a deep immersion into the communicative environment, including academic, visits to theatres, museums, concerts, cinemas, reading in Russian (initially adapted literature, then original, often – verses), the use of Russian-language Internet resources and other factors of adaptogenic nature.

**Keywords:** secondary linguistic personality, adaptation, foreign students, Russian as a foreign language.

UDC 378-052(0.054.6):81-13

**Введение.** В условиях возрастающей глобализации, конкуренции в мировом пространстве образовательных услуг, принимая во внимание необходимость увеличения эффективности высших учебных заведений, одним из критериев которой является привлечение иностранных граждан, и задачи увеличения экспорта российского образования актуальным становится вопрос развития международных связей и обучения студентов из других стран. При этом на первый план выходит проблема успешной адаптации иностранных граждан в русскоязычной образовательной среде, что способствует, с одной стороны, быстрому включению учащихся в

учебный процесс и позволяет решать вопрос сохранения контингента учащихся, а с другой – способствует повышению качества подготовки в российской высшей школе. Отметим, что сниженная эффективность адаптации иностранных обучающихся, вызванная недостаточным вниманием к данному аспекту международной деятельности образовательных учреждений, приводит к оттоку иностранного контингента в результате возникающих в таком случае психологических, учебных и даже правовых проблем. В свою очередь, задача повышения эффективности адаптации иностранных учащихся приводит преподавателей и сотрудников высшей школы к вопросу эффективной коммуникации и соответствия методов преподавания, обучения и воспитания и организации взаимодействия с иностранным контингентом поставленным задачам. Целесообразным представляется включение в процесс адаптации задачи формирования вторичной языковой личности, без чего преодоление психологических, культурных и языковых барьеров представляется невозможным.

**Материалы и методы.** В ходе исследования мы использовали социолингвистические методы интервью, анкетирования, методы статистической обработки полученных результатов. Материалом для настоящего исследования послужили данные опросов и интервью, выявляющих степень формирования вторичной языковой личности обучающегося, начиная с курсов довузовской подготовки и до пятого курса. Всего в опросе приняли участие более сотни студентов. Существенно, что опрос составлялся не произвольным образом: вопросы делились на три группы, каждая из которых определяла степень интеграции в бытовую, социо-культурную и академическую языковые среды. В работе использовалась случайная выборка, т.е. любой иностранный студент мог попасть в группу опрашиваемых.

**Обсуждение.** Под вторичной языковой личностью мы, вслед за И.И. Халеевой, понимаем определенный «метапродукт», возникающий в процессе межкультурной коммуникации и включающий «приобщение к новым картинам мира» [Халеева 1989]. Формирование вторичной языковой личности происходит в результате актуализации качеств, обуславливающих интенсификацию иноязычного общения в межкультурной среде и предполагающих:

- 1) эффективное использование иностранного языка в различных сферах деятельности;
- 2) саморазвитие в языковой, образовательной и социокультурной среде [Там же].

Эффективное формирование вторичной языковой личности повышает качество обучения иностранных граждан, обеспечивает высокую мотивированность, а формирование 48 общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций происходит в очевидной взаимосвязи с результатами интеграции иностранных студентов в российское общество.

В Башкирском государственном медицинском университете на данный момент обучаются 1522 иностранных студента из 50 стран мира. Наибольшее количество студентов представляют Индию (462), Египет (262), Таджикистан (481), Узбекистан (48), Казахстан (41), Йемен (30), Вьетнам (16), Ирак (16), Нигерия (16). Началом организованного обучения иностранцев можно назвать 2005 год, набор составлял порядка 20 студентов, к 2022 году планируется расширить контингент иностранных обучающихся до 3000 студентов.

Для обеспечения формирования вторичной языковой личности разработан комплекс мероприятий, которые можно разделить на три группы:

- 1) мероприятия, связанные с правовым и юридическим аспектами жизни иностранцев,
- 2) мероприятия, затрагивающие социально-психологическую, в том числе бытовую, сферы,
- 3) мероприятия, направленные на учебно-профессиональную сферу деятельности.

К первой группе относятся различные собрания, беседы и лекции, посвященные миграционному законодательству РФ, правовым основам жизни и обучения иностранных граждан на территории РФ, локальным правилам обучения в медицинском университете и проживания в общежитиях, правилам пожарной безопасности и т.д.

Во вторую группу входят спортивные и культурно-просветительские мероприятия. Разнообразные спортивные мероприятия, проводимые в БГМУ, имеют целью не только повышение эффективности адаптации, но и популяризацию здорового образа жизни, разностороннего развития будущего врача, идей толерантности, дружеской состязательности, стойкости и веры в победу, характерные для русскоязычной ментальности.

Культурно-просветительские мероприятия призваны воспитывать уважение и любовь к родной культуре, к культуре и истории России, а также других стран. Основной идеей таких мероприятий является обозначение и формирование как общих для всех народов ценностей, таких, как любовь, дружба, творчество, гостеприимство и т.д., так и принятие иностранными обучающимися этих ценностей в интерпретации, характерной для русской языковой личности. Принимая участие в подобных мероприятиях, студенты и ординаторы знакомятся с культурами других стран, учатся видеть и ценить их красоту и уникальность, по-новому осознают место своей культуры в палитре всех мировых культур.

Вторичная языковая личность формируется у обучающихся и в ходе клубной деятельности, расширяющий возможности и формы взаимодействия обучающихся с носителями русского языка. В нашем университете организован специальный полилингвальный лингво-культурологический клуб «Between the cultures», целью которого является обеспечение эффективной адаптации, формирование толерантного и лояльного отношения к России, создание благоприятной для развития коммуникативной среды, популяризация российской и башкирской культур, осознание роли России в мировой истории, формирование вторичной системы ценностей, характерной для народов России. В ходе клубных встреч иностранные обучающиеся узнают о климатических, исторических, культурных особенностях России, изучают российский этикет, встречаются с основателями археологических обществ, журналистами, представителями телевидения, участниками ВОВ, космонавтами и др. Узнают о героических подвигах русского народа, знаменитых спортсменах, композиторах, писателях и поэтах, прославляющих нашу Родину. Студенты собираются на поэтические вечера, лингво-

культурологические квесты, литературно-музыкальные гостиные, кинопоказы, посещают музеи, выставки, планетарий и многое другое. Такая работа позволяет сформировать положительный образ России в сознании иностранца, объяснить многие непонятные при первом соприкосновении особенности русской ментальности, показать красоту русской культуры, искусства, русской души и привить любовь к ним.

Саморазвитию в языковой и образовательной среде способствует создание особой академической среды, приветствующей и способствующей всестороннему развитию обучающихся и их инициативе и творческой активности, мотивирующих на создание и реализацию студентами собственных проектов, особенно в любимой ими медиасреде. При активизации деятельности в русскоязычной медиасреде происходит усиление коммуникативной активности обучающихся, формирование навыков интернет-коммуникации, использование особой формы русского языка, реализуется творческий потенциал при использовании русского языка, что неизбежно приводит к более глубокому его усвоению.

Своя роль в комплексе способствующих формированию вторичной языковой личности мероприятий принадлежит приобретению иностранными обучающимися к волонтерской деятельности. Походы в детские дома, сопровождение международных событий Республики (в том числе Саммит ШОС и БРИКС), деятельность волонтеров-медиков – все это не только способствует приобретению коммуникативной компетенции, но и укрепляет в сознании обучающихся понимание таких важных для русской языковой картины мира концептов, как сострадание, доброта, помощь, дружба, единение...

Большое количество лекций по актуальным для студентов-медиков, разнообразные мастер-классы, научные кружки, конференции и олимпиады также обеспечивают развитие в образовательной среде, увеличивают количество контактов с носителями русского языка, приобщают к российской научной мысли, формируют концепты «знание», «учение» с тем наполнением, которое характерно для русскоязычного сознания.

Безусловно, иностранные учащиеся испытывают трудности, существенно отличающиеся от трудностей российских учащихся. Диагностика формирования вторичной языковой личности и адаптации студентов показывает, что только к концу третьего курса иностранные граждане достигают значительных успехов в овладении русским языком, обретают достаточный словарный запас и начинают активно участвовать не только в бытовой и общественной, но и в научной деятельности. Результаты регулярно проводимых нами опросов свидетельствуют, что факторами успешного формирования вторичной языковой личности можно назвать интенсивное изучение русского языка, использование на занятиях по русскому языку интерактивных методов (встречи с носителями языка, различные ситуационные задачи, участие в квестах, стимулирующих коммуникативную активность, и др.), глубокое погружение в коммуникативную среду, то есть активное общение с носителями русского языка, в том числе в академической среде, посещение театров, музеев, концертов, кинотеатров, чтение литературы на русском языке (первоначально адаптированной, затем оригинальной, чаще – стихов), использование русскоязычных интернет-ресурсов, активное участие в культурной и общественной жизни университета, интенсификацией воспитательной работы с иностранными учащимися, ресурсами библиотеки вуза, электронной образовательной средой. Все эти факторы необходимо учитывать при организации учебной и воспитательной работы с иностранными обучающимися. Плодотворным представляется также обращение к концепции лингвориторического образования [Врожбитова 2003, 2004, 2014] в аспекте становления вторичной языковой личности.

**Заключение.** Таким образом, индивидуальный подход, активизация воспитательной деятельности, расширение рамок дружественных контактов среди студентов, внедрение в учебную деятельность новых форм активности учащихся, повышение академической и научной активности, создание и внедрение комплекса мероприятий, затрагивающих все аспекты жизни иностранного обучающегося, являются условиями адаптивного характера широкого спектра действия для оптимизации процесса адаптации иностранных учащихся в российском вузе, обеспечивают формирование вторичной языковой личности, являющейся носителем русской языковой картины мира и транслирующей российскую систему ценностей, что представляется условием устойчивого саморазвития обучающегося в русле принятия, уважения и любви к России и российскому народу.

#### Библиография

Врожбитова А.А. Альтернативы лингвориторическому образованию – нет! // Мир русского слова. – 2004. – № 3. – С. 26–33.

Врожбитова А.А. Интегральная лингвориторическая компетенция языковой личности и механизмы ее реализации // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2003. – № 3. – С. 134–142.

Врожбитова А.А. «Нет личности, кроме языковой!» (к упорядочению понятийного аппарата антрополингвистики: Сочинская лингвориторическая школа) // Мова – література – мистецтво: когнітивно-семіотичний інтерфейс / Матеріали Міжнародної наукової конференції. – К.: Вид центр КНЛУ, 2014. – 144 с.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 476 с.

Караулов Ю.Н. Русский язык и русская языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 363 с.

Линник Л.А. Преподавание русского языка как фактор повышения эффективности адаптации иностранных учащихся в русскоязычной образовательной среде // Современная Культура Коммуникации. Социокультурные Процессы в Современном Мире: материалы III международной научно-практической конференции. Институт управления и социально-экономического развития; Саратовский государственный технический университет, 2016. – С. 47–50.

Петросян М.М. Необходимость преподавания русского языка в медицинских вузах // Молодой ученый. – 2016. – № 15 (119). – С. 491–493.

Халеева И.И. Основы теории обучения пониманию иноязычной речи. – М.: Высшая школа, 1989. – 238 с.

**Актуальные ориентиры развития поликультурного образования в Казахстане**

<sup>1</sup>Нургалиева Сания Айдархановна  
<sup>2</sup>Асавбаева Гульзада Байдрахмановна  
<sup>3</sup>Сагитжанова Зару Тыныштыкпаевна  
<sup>4</sup>Байбатанова Фариды Ильясовна

<sup>1</sup>Агрыйский университет им.И. Чечена, Турция  
04100, г.Агры, Эрзурумское шоссе, 4 км.  
кандидат педагогических наук, ассоциированный профессор (доцент)  
E-mail: sanianur@mail.ru

<sup>2</sup>Восточно-Казахстанский государственный технический университет им. Д. Серикбаева, Казахстан  
010008, г. Усть-Каменогорск, ул. Серикбаева, 19  
кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры казахского и русского языков  
E-mail: assavbai\_guzel@mail.ru

<sup>3</sup>Восточно-Казахстанский государственный технический университет им. Д. Серикбаева, Казахстан  
010008, г. Усть-Каменогорск, ул. Серикбаева, 19  
кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры казахского и русского языков  
E-mail: szaru67@mail.ru

<sup>4</sup>Восточно-Казахстанский государственный технический университет им. Д. Серикбаева, Казахстан  
010008, г. Усть-Каменогорск, ул. Серикбаева, 19  
магистр лингвистических наук, старший преподаватель кафедры казахского и русского языков  
E-mail: farida.illiasovna@mail.ru

**Аннотация.** В настоящей работе рассматривается развитие поликультурного образования в Республике Казахстан. Раскрыты отдельные подходы к формированию целостного поликультурного образования в казахстанском образовательном пространстве. Результаты и выводы дополняют теоретические основы для исследования поликультурного образования в стране.

**Ключевые слова:** поликультурное образование, поликультурное пространство, прогрессивный фактор, феномен культуры, ценность культурного многообразия.

УДК 378:161.1(0/054/6)

**Topical guidelines for the development of multicultural education in Kazakhstan**

<sup>1</sup>Saniya A. Nurgaliyeva  
<sup>2</sup>Gulzada B. Assavbayeva  
<sup>3</sup>Zura T. Sagitzhanova  
<sup>4</sup>Farida I. Baibatanova

<sup>1</sup>Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Turkey  
04100 Agri, Erzurum Yolu 4. Km. Merkez  
Candidate of Sciences (Pedagogy), Associate Professor  
E-mail: sanianur@mail.ru

<sup>2</sup>East Kazakhstan State Technical University named after D. Serikbayev, Kazakhstan  
010008 Ust-Kamenogorsk, Serikbayev Str., 19  
Candidate of Sciences (Philology), Senior Lecturer  
E-mail: assavbai\_guzel@mail.ru

<sup>3</sup>East Kazakhstan State Technical University named after D. Serikbayev, Kazakhstan  
010008 Ust-Kamenogorsk, Serikbayev Str., 19  
Candidate of Sciences (Philology), Senior Lecturer  
E-mail: szaru67@mail.ru

<sup>4</sup>East Kazakhstan State Technical University named after D. Serikbayev, Kazakhstan  
010008 Ust-Kamenogorsk, Serikbayev Str., 19  
Master of Sciences (Linguistics), Senior Lecturer  
E-mail: farida.illiasovna@mail.ru

**Abstract.** This article explores the development of multicultural education in the Republic of Kazakhstan and reveals separate approaches to the formation of a holistic multicultural education in the Kazakh educational space which

feeds into the results and conclusions complementing the theoretical foundations for the study of multicultural education in the country.

**Keywords:** multicultural education, multicultural space, progressive factor, cultural phenomenon, the value of cultural diversity.

UDC 378:161.1(0/054/6)

**Введение.** Вопросы развития поликультурного образования являются для Республики Казахстан не только общеобразовательным измерением, но в большей степени может определить перспективу последующего развития государства как единого поликультурного пространства.

Казахстанское общество исторически объединяет в своем составе множество народов (свыше 130 национальностей), которые различаются по языку, культуре и вероисповеданию. Свободное сосуществование и активное взаимовлияние разных этнических традиций и языков придают нашей стране особую устойчивость и открытость. Полиязычие – один из важных составляющих аспектов поликультурного образования в Республике. С этой целью в Республике внедряется поэтапная реализация культурного проекта «Триединство языков», согласно которому необходимо развитие трех языков: казахского как государственного языка, русского как языка межнационального общения и английского как языка успешной интеграции в глобальную экономику [Nurgaliyeva S. 2017:232]. Тем самым, обеспечивается формирование поликультурно-ориентированной личности, владеющей несколькими языками. Надежную основу для этого способно обеспечить поликультурное образование. В связи с этим, в настоящее время проблема поликультурного образования является не только актуальной, но и отражает реальную действительность нашей страны, ее дальнейшее устойчивое развитие. Вот почему разработка содержательных характеристик данного педагогического феномена приобретает сегодня особую значимость в Республике, что предусматривает обоснование сущности национального поликультурного образовательного пространства, разработку методических основ и профессиональной переподготовки педагогов.

**Материалы и методы.** Методологическую основу исследования составили работы казахстанских исследователей Ж.Ж. Наурызбай, З.Б. Кабылбековой, Ж. Артыкбаева, Б.А. Жетписбаевой, М. Козыбаева, Г. Кусановой, Ш.Т. Шангереевой, Н.В. Мирза и др.

Авторами рассматриваются вопросы развития двуязычия и многоязычия в казахстанском обществе, возрождения и использования национальной культуры, диалога культур, проблемы современной национально-культурной и образовательной политики. Между тем можно констатировать дефицит специальных работ, посвященных вопросам теории и практики обоснования и формирования системы поликультурного образования в образовательном пространстве страны.

Для решения поставленных в исследовании задач использован комплекс методов: – методы теоретического анализа (исторический, логический, сравнительно-сопоставительный, ретроспективный, сравнительно-исторический).

**Обсуждение.** В настоящее время в Казахстане на государственном уровне осознаются достоинства и перспективы поликультурного образования. Реализуется поликультурное образование на всех уровнях, начиная с дошкольных учреждений, так и в средних учебных заведениях, и в высшей школе, через средства массовой информации, то есть имеет характер непрерывности и многоаспектности. В Государственной программе развития образования РК до 2020 года подчеркивается, что «поликультурное образование – важная часть современного образования, способствующая усвоению учащимися знаний о других культурах, традиций, образа жизни, духовных ценностях народов; воспитанию молодежи в духе уважения инокультурных систем и может способствовать повышению этнической идентичности будущего поколения [Программа 2010].

Цель данной программы – формирование человека, способного к активной и эффективной жизнедеятельности в многонациональной и поликультурной среде, обладающего развитым пониманием и чувством уважения других культур, умением жить в мире и согласии с людьми разных национальностей, рас, убеждений и верований. Из этой цели вытекают принципы деятельности учреждений образования по развитию системы поликультурного образования в Республике Казахстан: открытость национальной системы образования, построенной на диалоге культур; учет специфических для Казахстана процессов меж- и внутриэтнической интеграции, этнокультурных особенностей каждого народа и этнической группы; воспитание уважения и интереса к национальным ценностям и особенностям Казахстана, языку, образу жизни, традициям, вере, национальной культуре; формирование у учащихся умения адаптироваться к поликультурной и полиэтнической среде [Лезина 2012: 72].

С позиций таких требований стоит задача разработки целостной системы поликультурного образования, которая отражала бы традиции нашей страны, а также учитывала особенности существующих культурных потоков.

По мнению казахстанских исследователей Ш.Т. Шангереевой [Шангереева 2014: 178], В.И. Жумагуловой и др. [Жумагулова 2016] требуется мотивация и стимулирование использования различных языков в соответствии с потребностями и интересами обучающихся; формирование умений межкультурного общения.

Мы разделяем взгляды В.М. Ершова и также полагаем, что построение содержания поликультурного образования основывается на общедидактической теории четырехкомпонентного состава общего образования (В.В. Краевский, И.Я. Лернер, М.Н. Скаткин). Четырехкомпонентная структура содержания поликультурного образования включает в себя: развитие социокультурной идентификации учащегося как условие понимания и вхождения в поликультурную среду; овладение основными понятиями, определяющими разнообразие мира;



воспитание эмоционально положительного отношения к разнообразию культур; формирование умений, составляющих поведенческую культуру мира [Ершов 2000: Электронный ресурс].

Эта структура, на наш взгляд, может быть усилена путем подготовки и переподготовки квалифицированных преподавателей. Тем более важно для педагогов иметь соответствующее отношение, восприятие и профессиональную подготовку для эффективного обучения в поликультурных аудиториях.

Наши выводы подтверждает исследование, проведенное Gay Geneva. По мнению автора, из-за отсутствия понимания этнического, расового, социального и языкового разнообразия обучающихся, учителя могут сознательно или бессознательно заниматься практикой, которая не может быть подходящей в классе. Эта ситуация вызывает стресс, беспокойство и чувство отсутствия поддержки среди студентов, что может повлиять на успеваемость обучающихся в школе [Gay 1994: Электронный ресурс].

Проектирование содержания поликультурного образования в условиях глобализации ряд объективных сложностей. Они обусловлены:

- во-первых, языковой, культурной и ментальной разнородностью общества;
- во-вторых, задачей обеспечения формирования гармонично развитой, поликультурно ориентированной личности как члена единого образовательного и социокультурного пространства;
- в-третьих, необходимостью достижения этих целей на двуязычной, поликультурной и биментальной основе [Гукаленко 2016: Электронный ресурс].

Таким образом, академические знания и навыки необходимы, но их недостаточно для функционирования в различных странах и мире. Формирование навыков демократической жизни и способность эффективно функционировать в различных культурных группах являются основными целями обучения в поликультурных образовательных учреждениях.

**Заключение.** Концептуальное осмысление сути и содержания, принципов и условий реализации поликультурного образования в Казахстане позволяет уже сегодня успешно решать стратегические и тактические задачи данной актуальной проблемы в условиях устойчивого развития нашей страны. Исходя из этого приоритета, необходимо подчеркнуть, что поликультурное образование в казахстанском образовательном пространстве для многонационального государства является объективной реальностью.

В настоящем исследовании рассмотрены не все аспекты поликультурного образования, разработка содержательных характеристик данного педагогического феномена предусматривает обоснование функций поликультурного образовательного пространства, разработку психолого-педагогических основ повышения квалификации и профессиональной переподготовки педагогов, которые предполагают дальнейшие их изучение и развитие.

#### Библиография

Государственная программа развития образования РК на 2011–2020 годы. – Утверждена Указом Президента Республики Казахстан от 7 декабря 2010 года. – № 1118.

Гукаленко О. Поликультурное образование: проблемы и перспективы развития. Журнал «Дошкольное воспитание», 09/2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://dovosp.ru/j\\_dv/wak/polikulturnoe-obrazovanie-problemy-i-perspektivy-razvitiya](http://dovosp.ru/j_dv/wak/polikulturnoe-obrazovanie-problemy-i-perspektivy-razvitiya) (дата обращения: 14.11.2019).

Жумагулова В.И., Ханкишиева Э.М., Задаева А.А.. Концептуальная модель полиязычного образования. – Вестник КазНПУ имени Абая, Серия «Филологические науки», № 3 (57), 2016. – С. 236–239.

Ершов В.А. Поликультурное образование в системе общеобразовательной подготовки учащихся средней школы. Дисс. на соискание степени канд. педагогических наук, М., 2000. – С. 8–11 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://childpsy.ru/dissertations/id/18455.php> (дата обращения: 25.11.2019).

Лезина В.В. Развитие поликультурного образования в Республике Казахстан // Современные наукоемкие технологии. – 2008. – № 3. – С. 72–76.

Nurgaliyeva S., Assavbayeva G., Espolova G. Kazakhstan language policy: trilingual concept. – Вестник КазНПУ имени Абая, Серия «Филологические науки», № 3 (61), 2017. – С. 232–236.

Gay Geneva. A Synthesis of Scholarship in Multicultural Education. Urban Monograph Series. Oak Brook Illinois, North Central Regional Laboratory. – 1994 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED378287.pdf> (дата обращения: 25.11.2019).

## Психолингвистические особенности индийского билингвизма

Рылова Елена Владимировна

Алтайский государственный медицинский университет, Россия,  
656038, г. Барнаул, проспект Ленина, 40  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: symbol.evr@mail.ru

**Аннотация.** В современной психолингвистике понятие билингвизма представляется как неоднозначное. Конкретная языковая ситуация – индийский билингвизм – демонстрирует этносоциальную обусловленность данного языкового явления. Сложность индийской билингвальной среды связана с языковой политикой и этносоциальными контактами. В билингвальном обучении необходимо учитывать эти характеристики.

**Ключевые слова:** билингвизм; языковая ситуация; «хинглиш»; лингва франка; пиджин.

УДК 81'246.2+811.21

## Psycholinguistic particularities of Indian bilingualism

Elena V. Rylova

Altai State Medical University, Russia  
6560386 Barnaul, Lenin Ave., 40  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: symbol.evr@mail.ru

**Abstract.** Modern psycholinguistics finds the concept of bilingualism ambiguous. The concrete language situation – Indian bilingualism – shows an ethnosocial dependence of this language phenomenon. The complexity of the Indian bilingual environment is connected with language policy and ethnosocial contacts which should be taken into account during bilingual teaching.

**Keywords:** bilingualism; linguistic situation; "Hinglish"; lingua franca; pidgin.

UDC 81-23 81'246.2+811.21

**Введение.** Современный мир, с его взаимовлиянием и взаимопроникновением культур и информации, предъявляет определённые требования к участникам коммуникативного процесса: современный человек должен владеть в той или иной степени несколькими языками. Таким образом, проблема психолингвистического понимания природы билингвизма становится актуальной. В последние десятилетия билингвизм все чаще воспринимается как обязательное условие существования человека в интеллектуально-профессиональной языковой среде.

В отечественной лингвистической литературе понятие *билингвизм* является точным синонимом термина *двуязычие*. В словаре О.С. Ахмановой: «билингвизм – то же, что двуязычие» [Ахманова 2007: 67]. Соответственно двуязычие определяется как билингвизм: «англ. bilingualism, фр. bilinguisme, нем. Zweisprachigkeit, исп. bilingüismo. Одинаково совершенное владение двумя языками; владение двумя языками, применяемыми в разных условиях общения, напр. Родным диалектом и литературным языком (фр. diglossie); ср. многоязычие (в 1 знач.)...» [Ахманова 2007: 125].

Лингвистический энциклопедический словарь исключает словарные статьи для обоих понятий – *билингвизм* и *двуязычие*, кратко определяя *билингвизм* «(от лат. bi-, в сложных словах двойной, двойкий и lingua – язык)» [ЛЭС 1990: 75], и отсылает к термину *многоязычие*. «Многоязычие (мультилингвизм, полилингвизм) – употребление нескольких языков в пределах определенной социальной общности (прежде всего государства); употребление индивидуумом (группой людей) нескольких языков, каждый из которых выбирается в соответствии с конкретной коммуникативной ситуацией» [ЛЭС 1990: 303]. Таким образом, предлагается различать «индивидуальное» и «национальное» многоязычие. В статье отмечается, что чаще всего многоязычие реализуется в форме *двуязычия* (*билингвизма*).

Явление *двуязычие* (*билингвизм*) в реальной языковой ситуации может соответствовать понятию *диглоссия*. «Диглоссия (от греч. di- – дважды и glōssa – язык) – одновременное существование в обществе двух языков или двух форм одного языка, применяемых в разных функциональных сферах» [ЛЭС 1990: 136]. Диглоссия является социолингвистическим феноменом и «предполагает обязательную сознательную оценку говорящими своих *идиомов* по шкале “высокий – низкий” (“торжественный – обыденный”)» [ЛЭС 1990: 136]. Компонентами диглоссии могут быть как разные языки, так и разные формы существования одного языка, а также разные стили языка.

Следовательно, в данных языковедческих словарных источниках актуализируются следующие значимые смыслы понятия «билингвизм»: 1) совершенное владение двумя языками; 2) владение двумя языками, применяемое в разных условиях общения (коммуникативной ситуации); 3) употребление языков в пределах определенной социальной общности (государства); 4) более высокий статус одного языка по сравнению с другим.

Энциклопедия психолингвистических терминов Джона Филда, представляющая концепты зарубежных исследователей, определяет билингвизм как неоднозначное явление, рассматривает виды билингвизма и психо-

лингвистические аспекты изучения этого феномена. С одной стороны, «по своей сути билингвизм есть закрепленное в виде привычки, беглое, правильное и безакцентное употребление двух языков» [Филд 2012: 32]. С другой стороны, это может быть беглое владение тремя и более языками. Причем компетентность билингвов может быть различной в разных языках, а употребление того или иного языка может быть локализовано в определенной сфере. Тем самым исследователи различают в билингвизме степень владения языком, *компетентность*, и употребление языка, *потребность* в том или ином языке / языках.

Первичные классификации, отмечает автор, выделяли три вида билингвизма: *смешанный* («у ребенка имеются одинаковые условия для овладения обоими языками» [Филд 2012: 32]), *координативный* («когда у ребенка имеется больше условий для овладения одним из языков» [Филд 2012: 32]) и *субординативный* («когда второй язык усваивается через некоторое время после первого и остается зависимым от него» [Филд 2012: 32]). Современные классификации акцентируют внимание на времени усвоения языков. В связи с этим параметром рассматривают: *«симультанный»* билингвизм (оба языка усваиваются одновременно), *ранний сукцессивный* или *последовательный* билингвизм (оба языка усваиваются в детстве, но один раньше другого) и *поздний* билингвизм (второй язык усваивается во взрослом возрасте) [Филд 2012: 32-33].

Джон Филд выделяет три направления в изучении билингвизма, которые интересны психолингвистам. Это *хранение* языков в сознании индивида – совместное / раздельное. «*Взаимовлияние языков. Влияет ли знание одного языка на употребление другого?*» [Филд 2012: 34]. А также «Плюсы и минусы. Имеет ли билингвизм для человека какие-либо позитивные или негативные последствия? Они могут быть лингвистическими, затрагивать сферу образования, культуры, могут быть эмоциональными или когнитивными» [Филд 2012: 34-35].

**Материалы и методы.** В современных классификациях билингвизма, ориентированных на употребление языков, большее значение придается времени освоения языков. В нашем исследовании значимым является понимание билингвизма как последовательного явления, когда оба языка усваиваются в детстве, но один раньше другого. В случае последовательного усвоения языков отмечается значительно больше индивидуальных различий.

На факультете иностранных студентов в Алтайском государственном медицинском университете обучаются медицинским специальностям и русскому языку студенты-индийцы. Это академический эксперимент билингвального обучения: преподавание осуществляется на английском и русском языках. На начальном этапе обучения специальные предметы и общегуманитарный блок преподавается на английском языке, параллельно студенты-иностранцы изучают русский язык в активном режиме. На старших курсах предполагается варьирование в использовании английского и русского языков.

Хинди, английский и русский языки относятся к одной языковой семье – индоевропейской. В процессе преподавания русского языка в качестве иностранного студентам-индийцам мы столкнулись с определёнными сложностями. Не всегда перевод русского слова на английский язык вызывал понимание аудитории. Использование в качестве языка-посредника хинди также не находило общего понимания. Часто фонетическая сторона нового изучаемого языка – русского – вызвала особые трудности у студентов. Произношение шипящих звуков даётся студентам-индийцам особенно сложно (в сравнении с арабскими студентами из Ирака и Египта).

В работе с помощью опроса выявляются психолингвистические особенности владения тем или иным языком. Вопросы анкеты были направлены на выявление билингвальных характеристик иностранных обучающихся. В анкете предлагалось указать: *родной язык мамы, родной язык папы, мой родной язык, «мы дома говорим на...», «в школе я учил», «я свободно говорю на...».*

В нашем пилотном эксперименте приняли участие 67 иностранных студентов (индийцы) в возрасте от 17 до 23 лет. Это возраст говорит о сформировавшейся «языковой личности» [Караулов 1981: 230].

В ходе эксперимента были получены следующие данные. 55 (82 %) респондентов оказались монолингвами, т.к. они указали в качестве родного языка один язык. Хинди считаю родным – 32 студента, маратхи – 13, бенгальский – 2, а также единичными реакциями отмечены тамильский язык, непальский, конкани, пахари, телегу, урду, панаджаби, гуджрати в качестве родного. 12 (18 %) респондентов по результатам эксперимента можно отнести к билингвам – они владеют двумя языками и более. Большинство индийских студентов-билингвов указали хинди и какой-либо другой индийский язык в качестве родных языков: хинди и маратхи, марвари, бенгальский, урду, бходжпури, харьянави, а также пушту и дари.

Билингвизм более позднего формирования можно наблюдать в школьном возрасте, когда индийцы начинают изучать английский язык в качестве языка образования, будущей профессии (успешного трудоустройства), престижа. Студентов, указавших, что они в школе изучали английский язык – 44 человека (66%), в школе изучали хинди и английский – 19 человек (28 %), 2 человека отметили, что в школе учили родной язык, и 2 человека указали язык хинди как язык школьного образования.

**Обсуждение.** Проблема обучения индийских студентов иностранному языку (русскому) связана с несколькими особенностями. Во-первых, с языковой ситуацией, которая сформировалась в Республике Индии. Согласно Конституции Республики официальным языком страны провозглашён хинди. Пункт 2 (б) статьи 344 настоящей Конституции регламентирует «ограничения применения английского языка для всех или для какой-либо из официальных целей Союза» [цит. по: Конституции зарубежных государств 2003]<sup>1</sup>. Ограничение использования английского языка первоначально предполагалось на 15 лет. Однако английский язык за времена Британской колонизации получил большую популярность и сегодня в некоторых Штатах он признан государственным наряду с хинди.

<sup>1</sup> Союз штатов – так в Конституции Республики именуется Индия.

Английский язык в современной Индии используется как вспомогательный официальный язык, как язык высшей школы, а также как язык международного общения. Реальная языковая ситуация не ограничивает сферу употребления английского, так как он активно изучается в школе и считается престижным. В силу широкого распространения английского языка, а также доступности английской графики современное общение в сети Интернет (чаты, соцсети, смс-сообщения и пр.) происходит посредством латиницы: хинди транслитерируется и транскрибируется английскими буквами и звуками.

В 60-е годы прошлого века штаты Индии были реорганизованы по языковому принципу. Каждый Штат получил право провозглашать общеупотребительный на данной территории язык официальным языком. Также в Конституции перечислены 18 так называемых «зарегистрированных языков» («незарегистрированных» около 500), статус которых закреплён в специальном приложении к Конституции Индии (частотными можно считать 14 языков, надписи на этих языках изображены на индийских денежных купюрах). Языковая реальность современной Индии такова, что индийский школьник вынужден изучать несколько языков одновременно: *хинди* и *английский* как официальные языки (хинди также является современным литературным языком), *санскрит* как литературный (классический) мёртвый язык, язык Штата, например, *тамилский*, а дома с родителями ребенок может говорить на родном *кашмири*.

Во-вторых, понятие «билингв» по отношению к студентам-индийцам может быть использовано с определенными поправками. О реальном билингвизме по отношению к современным студентам-индийцам можно говорить лишь условно, так как настоящий билингвизм требует общения в языковой среде. Индийские студенты в повседневном бытовом общении используют хинди, а в академической среде, в условиях занятия, переходят на английский. Во время проведения свободного ассоциативного эксперимента на хинди, английском и русском языках предпочтение отдавалось английскому языку, затем заполнялась карточка со словами-стимулами на хинди, а потом – на русском языке.

Хрестоматийная работа И.Н. Горелова «О гипотезах “раздельности” и “совместности” в описаниях языковых компетенций билингва» представляет проблему механизмов функционирования языковых компетенций при билингвизме метафорически как «соотношение “языков мозга” и языка коммуникации» [Горелов 2003: 224]. Тем самым, И.Н. Горелов рассматривает проблему билингвизма через призму психолингвистического вопроса соотношения языка и мышления. Под «языками мозга» И.Н. Горелов понимал «нейрохимический код» с его физиологической структурой. Автор отмечал, что достаточная изученность физиологической структуры мозга не объясняет, «каким образом материальные носители сенсорной информации преобразуют ее в “идеальное” – в образы, представления, абстрактные конструкты и схемы; каким образом нейронные ансамбли и синапсные состояния преобразуются во внешний национальный язык и обратно, обеспечивая процессы вербализации и девербализации, мышления в целом» [Горелов 2003: 283].

«Умственная (концептуальная) база мышления человека», согласно концепции И.Н. Горелова, является основой для формирования языка – родного, второго, третьего и пр. «При естественном билингвизме на той же базе формируются две равноправные системы: при функционировании одной из них вторая “затормаживается”» [Горелов 2003: 230]. При искусственном билингвизме, отмечает автор, дефицит средств вновь усваиваемого языка понуждает обучающегося использовать средства «...уже хорошо сформированной компетенции (первый, основной язык). Это обнаруживается в явлении интерференции» [Горелов 2003: 230].

Таким образом, И.Н. Горелов снимает вопрос о совместном / раздельном хранении языков в сознании индивида, утверждая, что «“мыслить на языке” (имеется в виду родной или какой-либо второй, третий национальный язык) странно» [Горелов 2003: 276]. «...Знаки языка, – уточняет автор, – дешифруются с помощью системы особого рода. В ней “оживляются” “образы”, “следы”, “нейрохимические аналоги” и т.п., но не слова национального языка, а семантики, стоящей за словами национального языка: “следы” впечатлений о внешнем мире, “следы” фантастических существ ...» [Горелов 2003: 276].

Студенты-индийцы являются билингвами с начальной школы (классический вариант: хинди + английский), причем степень владения родным и английским языками различная, и родным языком может быть не всегда хинди (*бенгали, маратхи, урду, гуджрати, ория, панджаби* и др.). Следовательно, в подобных ситуациях приходится говорить о таком феномене, как «рассеянный (мнимый) билингвизм» (*distractive bilingualism*) или «недолингвизм» («неполный, незрелый билингвизм», *semilingualism*) [приводится по: Cognitive advantages of bilingualism]. Чаще всего это происходит тогда, когда усвоение первого языка (родного) прерывается на стадии несформированности грамматических норм и достаточного объема словарного запаса, что приводит к снижению активности языкового общения. Исследователи отмечают, что в такой ситуации говорящий может прийти к ситуации, в которой и первым и вторым языком он будет владеть не в полной мере, ниже уровня владения тех, для кого эти языки являются родными. Подобная ситуация складывается в том случае, когда родной язык используется только в домашнем общении и не изучается в школе.

Сложная языковая среда часто приводит к дисгармоничному освоению и использованию языков, а также к патопсихолингвистическим расстройствам, например, к заиканию. Среди студентов-индийцев, обучающихся в нашем вузе, в каждой группе есть один-два заикающихся студента.

В-третьих, английский язык, на котором говорят студенты-индусы, существенно отличается от его классического британского варианта. В повседневной индийской академической, профессиональной и коммерческой среде доминантным языком можно считать английский язык. Однако качество владения английским языком у индусов различно и зависит от места проживания и вида образования. Частное (платное) образование в индийской школе или колледже традиционно считается более престижным и компетентным, чем государственное (бесплатное). Студенты, приехавшие в Россию из центральных регионов Индии, лучше говорят по-английски, чем студенты, получившие среднее образование в других регионах страны.

Сегодня «общим местом» является тот факт, что в Индии в качестве разговорного языка повсеместно используется «хинглиш» (производное от слова *English* и первой буквы названия языка *хинди*, наиболее распространенного на Индостане). Это так называемый «лингва франка» (от итал. *lingua franca* – франкийский язык) – функциональный тип языка, используемый в качестве средства общения между носителями разных языков в ограниченных сферах социальных контактов. В социолингвистическом понимании лингва франка – любое устное вспомогательное средство межэтнического общения; им может быть язык одного из народов данного региона, нейтральный язык, не родной ни для одной из использующих его этнических групп, пиджин на базе местного или европейского языка [ЛЭС 1990: 267].

Пиджин (от искаженного англ. *business* – дело) – это структурно-функциональный тип языка, не имеющий коллектива исконных носителей и развившийся путём существенного упрощения структуры языка-источника; используется как средство межэтнического общения в среде смешанного населения [Там же: 374]. В пиджине обычно преобладают простейшие синтаксические конструкции «отсутствуют сложные предложения, опускаются служебные слова, отсутствуют флексии, возможны предложения без глагола, порядок слов является свободным. Лексикон очень ограничен, в его состав входят некоторые лексические единицы, заимствованные из исконных языков, или особым образом созданные неологизмы» [Там же: 177].

Таким образом, в речи современных индийцев пиджин функционирует как лингва франка. «Хинглиш» является полноценным средством общения для миллионов человек. Расширение коммуникативной сферы лингва франка могло бы в дальнейшем привести к превращению его в койне (от греч. *koinḗ diálektos* – общий язык), однако процесс формирования койне существенно отличается от пиджинизации, предполагающей ощутимую структурную модернизацию языка-источника, тогда как койне развивается, как правило, по линии сохранения и обогащения языка или диалекта, становящегося койне [Там же: 230]. В некоторых случаях пиджин может преобразовываться в креольский язык. «Этот процесс называется **креолизацией (нативизацией) пиджина** и по сути состоит в приобретении им не только социального субстрата (группы людей, объединенных общей деятельностью), но и этнического субстрата (этнуса, присваивающего его в качестве родного языка). Последнее становится возможным, например, в метисных семьях, где родители использовали пиджин в качестве языка бытового общения» [Пищальникова 2017: 448-449]. Можно ли считать современный «хинглиш» креольским языком? Это обстоятельство требует дополнительных научных наблюдений и исследований.

Так в пиджине «хинглиш» нет прошедшего времени, просто добавляется наречие «yesterday»; «-ing» флексия может присоединяться к любому глаголу, независимо от грамматического времени; глаголы могут использоваться в форме инфинитива в любом контексте. «Хинглиш» не имеет жестких произносительных норм, следовательно, в разных штатах могут преобладать свои фонетические варианты слов. Индийский английский заимствует слова и фразы не только британского, но и американского английского, что накладывает дополнительные графические и фонетические отличия (*color / colour*).

Индийский английский популярен в молодёжной среде: sms-сообщения отправляются на данном языке; при помощи рекламных слоганов и афиш, выполненных на «хинглиш», легче привлекается внимание к продаваемому продукту; юмористические ролики на YouTube – это живой «хинглиш»; болливудское кино (национальная гордость Индии) говорит на «хинглиш».

**Заключение.** Таким образом, понимание билингвизма складывается из конкретной языковой ситуации, времени, социально-этнических и психологических условий усвоения языка. Современные методики билингвального обучения должны учитывать этнические, социальные, лингвистические и психологические особенности студентов, владеющих несколькими языками. Процесс обучения третьему (четвёртому) языку следует корректировать, исходя из индивидуальных особенностей индивида.

#### Библиография

- Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: КомКнига, 2007. – 576 с.  
 Горелов И.Н. Избранные труды по психолингвистике. – М.: Лабиринт, 2003. – 320 с.  
 Караулов Ю.Н. Лингвистическое конструирование и тезаурус литературного языка. – М.: Наука, 1981. – 376 с.  
 Конституции зарубежных государств [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Сост. проф. В.В. Маклаков. – М.: Волтерс Клувер, 2003.  
 Режим доступа: [http://www.concourt.am/armenian/legal\\_resources/world\\_constitutions/constit/india/india--r.htm](http://www.concourt.am/armenian/legal_resources/world_constitutions/constit/india/india--r.htm)  
 Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева, – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 685 с.  
 Пищальникова В.А., Сонин А.Г. Общее языкознание: учебник для студентов высших учебных заведений. – М.: Р. Валент, 2017. – 480 с.  
 Филд Дж. Психолингвистика: Ключевые константы. Энциклопедия терминов (с английскими эквивалентами). Пер. с англ. / Общ. ред. И.В. Журавлева. М.: Издательство ЛКИ, 2012. – 344 с.  
 En. Wikipedia. org.: Cognitive advantages of bilingualism [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://en.wikipedia.org/wiki/Cognitive\\_advantages\\_of\\_bilingualism](https://en.wikipedia.org/wiki/Cognitive_advantages_of_bilingualism)

**Н.И. Новиков как профессиональная дискурсивная личность журналиста**

<sup>1</sup>Сидорова Татьяна Александровна

<sup>2</sup>Корниенко Елена Ревовна

<sup>1</sup>Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова, Россия  
163002, г. Архангельск, ул. Набережная Северной Двины, 17  
доктор филологических наук, профессор.  
E-mail: t.sidorova@narfu.ru

<sup>2</sup>Северный государственный медицинский университет, Россия  
163000, г. Архангельск, пр. Троицкий, 51  
кандидат педагогических наук, доцент  
E-mail: er-kor@mail.ru

**Аннотация:** Основная цель исследования – выявить особенности профессиональной дискурсивной личности Н.И. Новикова как журналиста посредством описания его когнитивного стиля. Исследование осуществляется в рамках когнитивно-дискурсивной и лингвориторической парадигм. В качестве основного используется интерпретационный анализ концептуальных структур журналистского дискурса Н.И. Новикова. Материалом для исследования послужили публицистические тексты Н.И. Новикова, опубликованные в журнале «Трутенъ». В работе выделяются и осмысливаются компоненты когнитивного стиля дискурсивной личности Н.И. Новикова в корреляции с его публицистическими текстами. Определяются способы восприятия мира дискурсивной личностью Н.И. Новикова, особенности репрезентации реалий мира в дискурсе. Объектом анализа становятся такие концептуальные структуры, как пресуппозиции, концепты, оппозиции, идеи, смысловые доминанты, детерминируемые ценностными установками дискурсивной личности, её мировоззрением и мировосприятием. Профессиональная дискурсивная личность исследуется в речеповеденческом аспекте. Для выявления личностных предпочтений дискурсивной личности определяются особенности языкового сознания. Доказывается, что особенности профессиональной дискурсивной личности Н.И. Новикова обусловлены спецификой его когнитивного стиля, объективированного когнитивными и лингвориторическими механизмами дискурсивной деятельности.

**Ключевые слова:** профессиональная дискурсивная личность, дискурсивное поведение, смысловая доминанта, лингвориторические механизмы дискурсивной деятельности, когнитивный стиль, языковое сознание.

УДК 801.7

**N.I. Novikov as a professional discursive personality of a journalist**

<sup>1</sup>Tatyana A. Sidorova

<sup>2</sup>Elena R. Kornienko

<sup>1</sup>Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, Russia  
163002 Arkhangelsk, Severnaya Dvina Emb., 17  
Doctor of Sciences (Philology), Professor  
E-mail: t.sidorova@narfu.ru

<sup>2</sup>Northern State Medical University, Russia  
163000 Arkhangelsk, Troitskiy Prospekt, 51  
Candidate of Sciences (Pedagogy), docent  
E-mail: er-kor@mail.ru

**Abstract.** The main purpose of the study is to identify the features of the professional discursive personality of N.I. Novikov as a journalist by describing his cognitive style. The study is carried out in the framework of the cognitive discursive and linguistic rhetorical paradigms. Its main method is the interpretational analysis of concept structures of Novikov's journalistic discourse. The study material includes Novikov's socio-political texts published in the journal "Trut'en" ("Male Bee"). The paper discusses components of the cognitive style of Novikov's discursive personality in correlation with his socio-political texts and identifies the ways of Novikov's world perception and the specific features thereof in his discourse. The object of the analysis is such structures as presupposition, concepts, oppositions, ideas, semantic dominants, determined by the value system of the discursive personality, the worldview and world perception thereof. The research considers the professional discursive personality with respect to speech behavior and determines the features of linguistic consciousness to identify the discursive personality's preferences. It is proved that the features of Novikov's professional discursive personality are conditioned by the specificity of his cognitive style, objectified by cognitive and linguistic rhetorical mechanisms of discourse activity.

**Keywords:** professional discursive personality, discursive behavior, sense dominant, linguistic rhetorical mechanisms of discourse activity, cognitive style, linguistic consciousness.

UDC 801.7

**Введение.** Актуальность исследования обусловлена прогрессирующим изучением категории языковой личности вообще и дискурсивной личности, в частности. Выбор дискурсивной личности Н.И. Новикова в качестве объекта исследования обусловлен необычностью самой личности как субъекта гибридного дискурса. Время формирования дискурсивной личности журналиста Н.И. Новикова совпало с появлением первых журналов в России. Думается, что журналистская деятельность Н.И. Новикова является маркером меняющегося менталитета в России середины 18 века. Поэтому наблюдения над дискурсивным поведением формирующейся профессиональной дискурсивной личности журналиста актуально не только для дискурсологии, но и для аксиологической лингвистики и теории лингвориторики. Основная цель исследования – выявление особенностей формирующейся профессиональной дискурсивной личности Н.И. Новикова посредством описания его когнитивного стиля. Объект исследования – профессиональная дискурсивная личность Н.И. Новикова. При этом объектом анализа становятся такие концептуальные структуры, как пресуппозиции, концепты, оппозиции, идеи, смысловые доминанты, детерминируемые ценностными установками дискурсивной личности, её мировоззрением и мировосприятием. Предмет исследования – особенности когнитивного стиля дискурсивной личности Н.И. Новикова как маркер становления профессиональной дискурсивной личности.

**Материалы и методы.** Теоретическую основу исследования составляют труды отечественных и зарубежных лингвистов, посвящённые анализу дискурсивной личности вообще и профессиональной личности, в частности (Н.Н. Болдырев, Т.Г. Винокур, В.И. Карасик, Е.С. Кубрякова Дж. Лакофф, Р. Ленекер, Ч. Филлмор, У. Чейф и др.). Поскольку исследование базируется на интеграции когнитивно-дискурсивного и лингвориторического подходов, в работе широко используются идеи А.А. Ворожбитовой [Ворожбитова 2019].

Центральным принципом исследования является антропоцентрический, обеспечивающий анализ языковых и дискурсивных явлений в тесной связи с коммуникативной / дискурсивной личностью (Н.Д. Арутюнова, Н.Ф. Алефиренко, Т.Г. Винокур, М.Л. Макаров, К.Ф. Седов и др.). Лингвориторический подход коррелирует с когнитивно-дискурсивным в аспекте антропоцентризма, поэтому оба подхода считаем наиболее адекватными для выявления специфики дискурсивной личности. Когнитивно-дискурсивный подход позволяет осмыслить не отдельные речевые акты дискурса, а параметры дискурсивной личности в целом. Лингвориторический подход даёт возможность выделить не только когнитивные, но и лингвориторические механизмы объективации специфики когнитивного стиля Н.И. Новикова, а также проанализировать лингвориторические приёмы, используемые дискурсивной личностью.

Н.И. Новиков не столько информирует своих читателей, сколько выражает собственное отношение к реалиям действительности, оценивает их, выступая равноправным партнёром по коммуникации. Он создаёт жизненные ситуации на основе своего опыта и наблюдений. Поэтому в его дискурсе присутствует вымысел как маркер художественной реальности. И эта реальность отражает особое языковое сознание. Вот почему в качестве предмета исследования выделен когнитивный стиль, объективирующий особенности восприятия и репрезентации реалий мира.

Материалом для исследования послужили еженедельные листы журнала «Трутенъ», издаваемого в 1769–1770 гг. [Новиков 1961]. Тексты журнала можно считать дискурсивной практикой, в которой автором моделируется реальность как социокультурное пространство.

**Обсуждение.** Поскольку инструментальный анализ дискурсивной личности до сих пор не выработан, а проблема изучения дискурсивной личности рассматривается в разных научных парадигмах, считаем допустимым предложенный во введении интегративный подход к исследованию.

В современных исследованиях изучение дискурсивной личности связано с понятиями «дискурс», «языковая личность», «дискурсивная деятельность», «языковое сознание», «коммуникативная компетентность», «индивидуальный стиль», «когнитивный стиль» и др. Действительно, нельзя исследовать дискурсивную личность без изучения её дискурса, дискурсивной деятельности, особенностей языкового сознания и т.п. До сих пор не до конца решённым остаётся и вопрос о статусе языковой личности и её корреляции с дискурсивной личностью. Например, Л.Н. Синельникова считает термин «языковая личность» тождественным понятию «речевая личность» [Синельникова 2011: 456].

А.Г. Баранов тоже полагает, что научный концепт «языковая личность» «потерял свой эвристический заряд в свете накопившихся разысканий в области анализа дискурса» [Баранов 2006: 30].

В свете когнитивно-дискурсивной парадигмы знаний мы тоже выделяем дискурсивную личность как аспект языковой личности, как один из её вариантов. Дискурсивная личность тесно связана с дискурсом и испытывает на себе его влияние. О влиянии различных контекстов дискурса на личность пишут Н.Н. Болдырев [Boldyrev, Dubrovskaya 2016: 173–182], Д. Гераэртс [Geraerts 2018: 41–45], М. Гилберт [Hilpert 2014] и др.

Наряду с экстралингвистическими факторами дискурса, влияющими на поведение дискурсивной личности, учёными отмечается фактор категории коммуникативной тональности, под которой понимается «эмоционально-стилевой формат общения, возникающий в процессе взаимовлияния коммуникантов и определяющий их меняющиеся установки и выбор всех средств общения» [Карасик 2007], см. также [Тупикова 2012: 84]. По нашим наблюдениям, коммуникативная тональность коррелирует с коммуникативной дистанцией. Несмотря на высокую степень самовыражения Н.И. Новикова как дискурсивной личности, коммуникативная дистанция с адресатом в его дискурсе то короче, то длиннее. Адресант может отождествлять себя с читателем и становиться объектом анализа (например, в предисловии к журналу). Коммуникативная дистанция увеличивается, когда появляются дополнительные коммуникативные смыслы (намёк, ирония, языковая игра, приращённый смысл, переносный смысл и т.п.). Особенно расширится коммуникативная дистанция в полемике с журналом «Всякая всячина». Это связано с проявлением не только адресанта, но и самого адресата в дискурсе. Для дискурсивной личности Н.И. Новикова характерна многоликая коммуникативная тональность, что связано с по-

вышенной степенью самовыражения личности в дискурсе. При этом актуализируется установка на процесс взаимодействия адресанта и адресата, что маркируется обращениями к адресату, рефлексивной деятельностью адресанта, изменением регистра общения. Регистр общения меняется от доброжелательного к резко осуждающему.

Если дискурс современных СМИ выполняет информативную, регулятивную, образовательную, развлекательную, фатическую, рекламную функции [Дубовских 2014: 133], то дискурс Н.И. Новикова в 18 веке выполнял регулятивную функцию, предполагающую воздействие на общественное сознание с целью его корректировки или изменения. Несмотря на несформированность дискурса Н.И. Новикова как коммуникативной системы, он был также способом самовыражения автора. В связи с этим мы особо выделяем когнитивный стиль, включающий и специфические способы самовыражения.

Н.Н. Болдырев и В.С. Григорьева отмечают многоуровневый характер концептуальной структуры коммуникативной системы дискурса, что обуславливает и многоуровневость дискурсивной личности [Болдырев 2018: 18]. Поэтому среди структур знаний когнитивного стиля дискурсивной личности мы выделяем и знания об адресате (читателях). Актуализация этих знаний базируется на социокультурных пресуппозициях. Например, адресант предлагает решить задачу своим читателям: *«Глупость ли, подкрепляемая родством с боярами, или заслуги с добродетелью награждаются?»* («Трутень», лист 4 о трёх кандидатах на важное служебное место). Далее он отвечает: *«И вовсе не надо обладать особой проницательностью, чтобы человек, мало-мальски знакомый с жизнью, после этого сказал: «Место будет отдано глупому, но знатному дворянину».* Автора с читателями объединяет общая социокультурная пресуппозиция: *Чины в России даются не по качествам человека, а по степени знатности.* Авторская логическая пресуппозиция: *Должности необходимо давать по заслугам человека, его делам и качествам, а не по степени знатности.* Ценностная установка дискурсивной личности автора объективируется в тексте: *Третий показал, что не порода, но добродетели делают человека достойным почтения честных людей.* Собственную сентенцию автор декларирует в дискурсе.

Когнитивный стиль дискурсивной личности в настоящее время ещё не сложился как самостоятельная категория. Наряду с культурно-речевыми и когнитивными стилями вообще, когнитивный стиль языковой личности выделяет А.В. Болотнов [Болотнов 2015: 187-188]. Отмечая три базовых стиля в рамках общей модели идиостиля, учёный подчёркивает их взаимосвязь.

Мы полагаем, что описание дискурсивной личности будет неполным без исследования её когнитивного стиля, поскольку этот аспект наиболее ярко отражает особенности языкового сознания. Многими лингвистами отмечается роль языкового сознания в становлении дискурсивной личности. Действительно, воспринимая мир, себя, субъект оценивает действительность, опираясь на языковое сознание, т.е. концептуализирует и категоризирует её. Например, Н.И. Новиков постоянно обращается к известным фактам истории, культуры, что детерминируется спецификой языкового сознания. Этот процесс осмысливается учёными как интерпретация опыта [McCune 2016: 127-143]. Процесс же интерпретации является когнитивным и характеризует особенности когнитивного стиля дискурсивной личности. Опираясь на определения когнитивного стиля в работах Л.Г. Лузиной [Лузина 1996: 79-81], Н.Д. Голева [Голев, Носкова 2011], Н.С. Болотновой [Болотнова 2012: 167] и др., под когнитивным стилем дискурсивной личности предлагаем понимать систему способов восприятия, кодирования, оценивания, репрезентации и интерпретации мира (собственного внутреннего и внешнего), объективированную когнитивными и лингвориторическими механизмами, определяющими её специфику в аспекте смысловой целостности дискурса. К компонентам когнитивного стиля мы относим когнитивные механизмы концептуализации (в том числе и оценочной) мира; когнитивные и лингвориторические механизмы интерпретации мира; способы восприятия реалий действительности; структуры знаний, объективированные в дискурсе; манеру подачи информации в дискурсе; коммуникативную дистанцию, коммуникативную тональность дискурса.

Основными способами восприятия мира в исследуемом дискурсе Н.И. Новикова являются рациональный, образно-оценочный и рефлексивный.

Среди когнитивных механизмов интерпретации мира доминирует концептуальная интеграция. Например: *Придворная служба всех покойнее, и была бы всех легче, ежели бы не надлежало знать науку притворства гораздо в высших степенях, нежели сколько должно знать её актёру...* («Трутень», Предисловие). Концептуальная сфера НАУКА интегрируется с концептуальной сферой ТЕАТР, что маркируется стереотипным образом актёра. Концептуализируются признаки «ложь», «лукавство», «лицемерие», «неискренность», «коварство». Концептуализация имеет нравственную направленность. Далее автор продолжает: *Придворный человек всем льстит, говорит не то, что думает, кажется ласков и снисходителен, хотя и чрезвычайно надут гордостью* (там же). Сочетание ассоциируется с образом надутого петуха. Концептуализируются признаки «незаслуженная повышенная самооценка», «тщеславие», «высокомерие». В русской культуре дифференцируются понятия «гордость» и «гордыня». Ср. выражения: *раздуться от гордости, пыжиться, лопаться от гордости* и др. Актуализируется признак «пустоты». Прагматическая пресуппозиция: *Самовозвышение за счёт принижения окружающих недопустимо. Нужно осознавать соответствие своих достижений высоким нравственным образцам.* Автор интегрирует концептуальную сферу ЖИВОТНЫЙ МИР (надутый петух) с концептуальной сферой ДУХОВНОСТИ. Дополнительные смыслы возникают благодаря взаимодействию автора с читателями, опирающимися на общие культурные смыслы. И это сокращает коммуникативную дистанцию. Например, автор использует слово «проньерство»: *Приказная служба хлопотлива: надобно помнить наизусть все законы и указы... Надлежит знать все проньерства, в делах употребляемые* (там же). Слово включается в единую концептуальную сферу с предыдущими сочетаниями на основе категоризации. Концептуализируются признаки «настырный», «хитрый», «ловкий», «наглый», «лживый», «плут» и др. Производящее «проньера»



построено по одной модели со словами «пройдоха», «пролаза», «пройда», имеющей негативную коннотацию, этнокультурно маркированную. В народе дьявол назывался «проныр».

Как видим, в дискурсе доминирует не прямая коммуникация, о чём свидетельствует и заголовок журнала. Сначала автор прямо эксплицирует его смысл: *заглавие «Трутень» согласно с моим пороком и намерением*. Постепенно читателю становится понятен и завуалированный смысл: автор высмеивает пороки социальных трутней, которые живут за счёт крепостных крестьян. Заголовок подвергается символизации, в основе которой лежит когнитивный механизм типизации. Трутень – собирательный образ, включающий и издателя журнала «Всякая всячина», это все люди, живущие праздно за счёт других.

В сильной позиции, как и заголовок, находится эпиграф журнала, маркирующий диалог автора с А.П. Сумароковым и подчёркивающий активную общественную позицию Н.И. Новикова. Кроме того, эпиграф является неким предупреждением об опасности будущих авторов журнала. Это ещё одна особенность когнитивного стиля Н.И. Новикова как дискурсивной личности: он усиливает смысл его повторением разными средствами. Предупреждение об опасности представлено и в шуточной форме: автор обещает опубликовать все сочинения, кроме тех, которые будут *«против бога, правления, благопристойности и здравого рассуждения»*. Автор тут же сообщает о невозможности таких сочинений: *...против первых двух в наше время никто ничего не напишет, кто хотя бы искру понятия имеет...* Актуализируется социокультурная пресуппозиция – опора на ценности 18 века. Категории БОГ и ВЛАСТЬ являлись ценностями, и их можно было оценивать только положительно. Логическая пресуппозиция: страх за своё благополучие и свою жизнь не позволяли выступить против Бога и власти, поскольку Манифест о молчании Екатерины II (1767 г.) запрещал «непристойные рассуждения и толкования по делам, до правительства относящихся». Уже в предисловии к журналу автор вступает в диалог со своим читателем – обращается к нему, называет его «скромными», сообщает о причине издания журнала (леность), его цели («ко исправлению нравов и для увеселения»), прощаясь, шутит, что устал разговаривать с читателями (снова маркируется признак лености). Выделяется главный принцип организации дискурса Н.И. Новикова – опора на знания о читателе, собственный социальный опыт. Поэтому лингвориторический механизм диспозиции базируется на обращениях (*Господа читатели!*), вопросно-ответных конструкциях (например, загадка читателям и варианты ответа). Следует отметить полижанровость дискурса Н.И. Новикова, которая, возможно, объясняется начальным периодом становления издательской деятельности в России вообще и журналистской, в частности. В журнале можно встретить такие жанры, как письмо, объявление, помещичий указ, полемика, рассуждение, рассказ и т.п. Сам автор при этом выступает под различными масками: Левинца, Правдулюбова, Чистосердова, оппонента «Всякой всячины» и т.п. Прозрачными по внутренней форме являются и имена персонажей: Змеян, Безрассуд, Недоум, Нахрапцев и т.п. Наряду с эксплицитной негативной оценкой широко представлены завуалированные.

Например, в объявлении из Кронштадта (VI лист. «Трутень». 1769 г.) «нужными» называются товары из-за границы: *шапки французские разных сортов, табакерки черепаховые, бумажные, сургульные, кружева, блонды, бахромы, манжеты, ленты, чулки, пряжки, шляпы, запонки...* Российские товары названы «домашними безделицами»: *пенька, железо, юфта, сало, свечи, полотно* и пр. Механизмом интерпретации становится подмена понятий. Автор высмеивает моду на заграничное, преклонение перед иностранным. Иной раз автор открыто заявляет о замене понятий: *Они говорят, что слабости человекам обыкновенны и что оные должно прикрывать человеколюбием; следовательно, они порокам сшили из человеколюбия кафтан; но таких людей человеколюбие приличнее называть пороколюбие*. При этом эксплицируется сентенция автора: *По моему мнению, больше человеколюбит тот, кто исправляет пороки, нежели тот, кто оным снисходит, или (сказать по-русски) потакает*. Реализуется приём аллегории (сшить кафтан из человеколюбия). Отождествляются концептуальная сфера БЫТА (кафтан) и сфера НРАВСТВЕННОСТИ (человеколюбие). В начале повествования используется перифраз «слабой совести люди», характеризующий адресата. Авторский смысл выражения «сшить кафтан из человеколюбия» – *скрыть порок, назвав его слабостью, то есть, придать ему статус нормы*. В уточнении скрыт намёк на иностранное происхождение императрицы. Н.И. Новиков постоянно упрекает императрицу в плохом знании русского языка: *Вся её вина в том, что на русском языке изъясняться не умеет и русских писаний обстоятельно разуметь не может, а сия вина многим нашим писателям свойственна*.

В дискурсе широко представлен когнитивный механизм трансформации. Например, помещик Змеян называет крепостных зверьями. Господин Недоум превратил свой дом в берлогу и дом для бешеных. Антошка называет кровопивца и мучителя отцом, за что платит штраф 5 рублей. Такие трансформации маркируют мотив абсурдности. Он является сквозным в дискурсе. В истории с племянником, укравшим часы у дяди, обвинили подрядчика, которого истязали за воровство. А когда выяснилась правда, суд принял решение: *Вора племянника, яко благородного человека дяде наказать келейно, а подрядчику при выпуске объявить, что побой ему впредь зачтены будут*. Логическая пресуппозиция: *В судах побеждает правящее сословие, а не правда*.

О непрямой коммуникации свидетельствует и языковая игра. Так, помещик Безрассуд *болен мнением, что крестьяне не суть человеки...* В сочетании «болен мнением» наблюдается интеграция двух концептуальных сфер: сферы БОЛЕЗНЬ и ИНТЕЛЛЕКТ. Подключая механизм интерпретации инференцию, выводим актуальный смысл: «Мысль о том, что крестьяне не являются людьми, является заболеванием, т.е. отклонением от нормы восприятия мира». Реализуется авторская негативная оценка посредством метафорического образа болезни. Анализ показывает, что для усиления смысла автор использует не только повтор слова в разных контекстах, но и разные лингвориторические приёмы в одном контексте. Например: *Она забывается и так мокротлива, что часто не туда плёт, куда надлежит, то кажется, что для очищения её мыслей и внутренностей не бесполезно ей полечиться*. Автор использует аллгорию, антропоморфный образ «Всякой всячины»,

зевгматическое сочетание «для очищения её мыслей и внутренностей». Здесь возникают несимметричные отношения между дискурсивными личностями Н.И. Новикова и автора «Всякой всячины» на идеологической почве: аксиология журнала «Трутень» – это аксиология передового российского общества, а у журнала «Всякая всячина» – аксиология власти.

Таким образом, автор и издатель журнала «Трутень» является полидискурсивной личностью, что маркируется его дискурсивной деятельностью как издателя журнала (см., например, предисловие) и как начинающего журналиста – автора дискурса. Он создал дискурс, т.е. обладает нарративной компетентностью. Как дискурсивная личность, Н.И. Новиков способен воспринимать и интерпретировать дискурс (см., например, полемику с журналом «Всякая всячина»). Его дискурс социально маркирован: адресант и адресат являются представителями высшего сословия.

**Заключение.** В процессе исследования нами были выделены компоненты когнитивного стиля как показатели специфических признаков дискурсивной профессиональной личности Н.И. Новикова.

1. При доминирующем рефлексивном **способе восприятия** мира выделены рациональный и образно-оценочный.

2. Концептуализация реалий действительности имеет нравственную направленность. Среди **когнитивных механизмов концептуализации и интерпретации** особую роль играют следующие:

– отождествление различных концептуальных сфер (человек – животное, быт – нравственность, журнал – человек и др.),

– использование концептуальных метафор (антропоморфных, зооморфных, предметных),

– трансформация одной концептуальной сферы в другую (крепостные люди – звери, дом – берлога, человек – медведь и т.п.),

– концептуальная интеграция (*наука пронырства, надутая гордость* и т.п.),

– инференция (*надеть кафтан человеколюбия*),

– подмена понятий (пороколюбие = человеколюбие, нужные товары = безделицы),

– буквализация (*блестательная служба быстро тускнеет*).

3. **Структуры знаний**, объективируемые в дискурсе:

– концепты СОВЕСТЬ, ЛЕНЬ, ПРАВДА /ЛОЖЬ, ВЛАСТЬ, НРАВСТВЕННОСТЬ, ПОРОК, ЗАКОН и др.,

– пресуппозиции (логические, социокультурные, прагматические),

– смысловые доминанты (*независимость духовных качеств человека от его происхождения, приоритет духовного над материальным, порочность дворянства и помещиков, уважение человеческого достоинства, равенство всех сословий перед законом, пороки – это болезнь, которую надо лечить* и т.п.),

– сентенции (*не порода, но добродетели делают человека достойным почтения честных людей; человеколюбив тот, кто исправляет пороки, нежели тот, кто оным снисходит, или (сказать по-русски) потакает; порочный человек во всяком звании равного достоин презрения*),

– стереотипы: образы для сравнения (*дикий медведь, наиленивейшие гишпанцы, актёры* и др.), образы помещиков и дворян, созданные автором как стереотипные (типажи *злой помещик, молодой дворянин, взяточник-чиновник* и др.),

Система **когнитивных доминант** дискурсивной личности Н.И. Новикова: отношение к обществу, отношение к себе, отношение к власти, отношение помещиков к крепостным крестьянам, отношение дворян к службе Отечеству, отношение к моде на иностранное.

**Лингвориторическая категория** Этоса объективируется социокультурными пресуппозициями и смысловыми доминантами, концептуализацией нравственных смыслов посредством лингвориторических механизмов: инвентивный (топы «причина-следствие», «составление», «пример»), элокутивный (метафора, обращение, восклицание, перифразы и т.п.). Категория Пафоса маркируется эмоционально-экспрессивными языковыми и дискурсивными средствами. Особое место среди лингвориторических средств занимают перифразы (*невольник лености; слабой совести люди*), языковая игра (*сия служба блистательна..., но скоро тускнеет; Душ за ним тысячи две, но сам он без души*), интертекстовые связи (*Без пользы в свете жить, тягчить лишь только землю*), аллюзии (например, на судьбу Антиоха Кантемира), аллегории (*Здесь английской соли употребление знают немного; так употребляйте в ваши сатиры русскую соль, к ней уже привыкли. И это будет приятнее для тех, кто солёного есть не любит*; объявление о молодом поросёнке и др.), абсурдизация (*Господин Недоум желает, чтобы на всём земном шаре не было других тварей, кроме благородных, и чтобы простой народ был вовсе истреблён, о чём подал правительству просьбы*; до абсурда доведена история с племянником, укравшим у дяди часы).

4. **Манера подачи информации** связана с коммуникативной дистанцией, которая постоянно меняется от короткой (когда автор становится персонажем) до длинной (когда автор вступает в полемику с автором журнала «Всякая всячина»).

Манеру подачи характеризует высокая степень самовыраженности адресанта дискурса. Регистр общения меняется от доброжелательного до резко осуждающего. Специфические признаки:

– усиление характерного признака той или иной реалии, что соответствует закону эстетически обусловленной смысловой избыточности (например, доведение до абсурда),

– одновременная актуализация разных смысловых признаков художественной реалии посредством одного слова или сочетания (например, лексема «трутень»). Это соответствует закону эстетически обусловленной экономии,

– актуализация в дискурсе основных категорий – образа автора и образа адресата (читателей). Автор проявляет себя как реальная личность, хотя и надевает маски Ленинца, Правдулюбова, Чистосердова, оппонента Всякой всячины и др.,

– интертекстуальность дискурса (тексты А.П. Сумарокова, аллюзии, полемика с журналом «Всякая всячина», пословицы, устойчивые выражения),

– доминирует вымысел, а не информативность, что маркирует тяготение дискурса к художественному.

– доминирует непрямая коммуникация, что характерно для сатирических текстов,

– наблюдается тенденция к обобщениям (стереотипизация образов, характеров, пороков),

– доминирует зрительный модус восприятия действительности,

– доминирует аксиология автора, актуализирующая прагматические и аксиологические аспекты его языкового сознания,

– полижанровость дискурса свидетельствует о том, что дискурсивная личность ещё в творческом поиске, хотя смена форматов в одном дискурсе маркирует креативность мышления,

– основной дискурсивной стратегией является стратегия воздействия на читателей с целью корректировки или изменения сознания. Отсюда и использование тактик убеждения, сравнения, апелляции к стереотипам, к оценке, к прецедентным феноменам, ценностной картине мира.

Как дискурсивная личность, Н.И. Новиков имеет активную гражданскую позицию, является носителем прогрессивной гуманистической идеологии, способен к самореализации в условиях меняющегося общества. Но как профессиональная личность журналиста она ещё не сложилась и находится в стадии поиска и формирования.

### Библиография

Баранов А.Г. Семиотическая личность: кодовые переходы // Речевая деятельность. Языковое сознание. Обучающиеся личности: тезисы докладов XV Международного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. – Москва – Калуга, 2006. – С. 30–31.

Болдырев Н.Н., Григорьева В.С. Когнитивные доминанты речевого взаимодействия // Вопросы когнитивной лингвистики. – № 4. – 2018. – С. 15–24.

Болотнов А.В. Идиостиль информационно-медийной личности: коммуникативно-когнитивные аспекты исследования: дис. ... д-ра филол. наук. – Томск, 2015. – 405 с.

Болотнова Н.С. О некоторых жанрово-стилистических особенностях блога в аспекте регулятивности // Вестник Томского государственного педагогического университета (TSPU Bulletin). – 2-12. – № 1 (116). – С. 211–216.

Ворожбитова А. А. Основы лингвориторической парадигмы: учеб. пособие / А. А. Ворожбитова. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2019. – 176 с.

Голев Н.Д., Носкова О.А. Лингвокогнитивный стиль журналиста как проявление его аргументативной логики (на примере художественно-публицистических эссе) // Сибирский филологический журнал. – 2011. – № 4. – С. 205–212.

Дубовских А.И. Масс-медийный дискурс: определение, характеристики, признаки // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. – 2014. – № 1. – С. 131–136.

Карасик В.И. Дискурсивная персонология // Язык, коммуникация и социальная среда. – Воронеж: ВГУ, 2007. – Вып. 7. – С. 78–86.

Лузина Л.Г. Когнитивный стиль // Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. – М.: МГУ, 1996. – С. 79–81.

Новиков Н.И. и его современники. Избранные сочинения. – М., 1961. – 532 с.

Синельникова Л.Н. О научной легитимности понятия «дискурсивная личность» // Учёные записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – Серия «Филология. Социальные коммуникации». – Том 24 (63). – 2011. – № 2. – Часть 1. – С. 454–463.

Тупикова С.Е. О когнитивных механизмах формирования коммуникативной тональности // Вопросы когнитивной лингвистики. – №3 (032), 2012. – С. 84–90.

Boldyrev N.N., Dubrovskaya O.G. (2016). Sociocultural Commitment of Cognitive Linguistics via Dimensions of Context // ILNA DO DESTERRO/ A Journal of English Language, Literatures in English and Cultural Studies. – Vol. 69. – No. 1. – P. 173–182.

Geraerts D. (2018). Paradigm Shifts in Linguistics // Когнитивные исследования языка. Вып. XXXY1. – М.; Тамбов. – P. 41–45.

Hilpert M. (2014). Construction Grammar and its Application to English. Edinburgh: Edinburgh University Press.

McCune L. (2016). Meaning, Consciousness, and the Onset of Language // Meaning, Mind and Communication. Explorations in cognitive semiotics. Frankfurt am Main: Peter Lang. – P.127–143.

Vorozhbitova A., Karabulatova I., Bzegezheva Z., Druzhinina V. & Pyankova T. (2019). A glossy magazine discourse of the early twenty-first century as a tool of globalization: Sochi school of linguistics and rhetoric. – Amazonia Investiga, 8(24). P. 170–180.

## Греко-латинский аспект языковой личности Ф. М. Достоевского<sup>1</sup>

Скоропадская Анна Александровна

Петрозаводский государственный университет, Россия  
185910, г. Петрозаводск, пр. Ленина, 33  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: san19770@mail.ru

**Аннотация.** Объектом исследования стала античная лингвокультурология и ее роль в содержании воспитания и образования Достоевского. Анализ историко-архивных материалов, биографических свидетельств позволяет сделать вывод о том, что античная лингвокультурология (латинский и греческий языки, чтение античных авторов) была одним из элементов системы воспитания и образования писателя и стала одним из компонентов поликультурной литературной личности Достоевского.

**Ключевые слова:** античность, лингвокультурология, языковая личность, классические языки, классическое образование

УДК 821.161.1

## Greco-Latin aspect of F. M. Dostoevsky's linguistic personality

Anna A. Skoropadskaya

Petrozavodsk State University, Russia  
185910 Petrozavodsk, Lenin Ave., 33  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: san19770@mail.ru

**Abstract.** The object of the study is the antique linguoculturology and its role in the content of Dostoevsky's upbringing and education. The analysis of historical, archival materials and biographical data reveals that ancient linguoculturology (Latin and Greek, works by ancient authors) was one of the elements of the writer's upbringing and education becoming one of the components of his multicultural literary personality.

**Keywords:** antiquity, linguoculturology, linguistic personality, classical languages, classical education.

UDC 821.161.1

**Введение.** Великий *русский* писатель и мыслитель Федор Михайлович Достоевский, критиковавший ориентацию на западноевропейскую культуру и утверждавший необходимость следования своим национальным путем, менее всего связывается с античной традицией. Между тем он не мог не быть приобщен к античной культуре в силу многих факторов и, прежде всего, ее векового использования в качестве высокого образца интеллектуальной и художественной деятельности. По замечанию Г. С. Кнабе, «античное наследие в той или иной форме и степени образует постоянный элемент европейской культуры и в западноевропейском, и в русском ее варианте» [Кнабе 1999: 11]. Рецепция античности в России по-разному проявляла себя в различные исторические периоды. И если в середине XIX в. наблюдается определенный (во многом внешний) отход от античных образцов, то на его рубежах (например, период позднего классицизма и романтизма в начале века и зарождающийся Серебряный век на рубеже столетий) античность кульминационно заявляет о себе и в мотивно-образной структуре текстов и в этико-философском их наполнении. Сильное воздействие античная лингвокультурология оказала на лингвориторическое образование, с XVII в. ориентированное на древнегреческий и латинский языки и античную риторическую традицию.

Детские и отроческие годы Ф. М. Достоевского как раз приходятся на период активного обращения русской культуры к античности. А, как известно, нравственный и эстетический базис личности закладывается именно на ранних этапах жизни и в последующем проявляется в формировании языковой личности, что особенно актуально при исследовании идиостиля автора. Поэтому анализ лингвориторического, литературного и культурно-исторического контекста семейного воспитания и образования будущего писателя (и античности как одного из аспектов этого контекста) кажется нам достаточно продуктивным.

**Материалы и методы.** Несмотря на полуторавековую историю изучения жизни и творчества Достоевского имеется много еще не проясненных мест его биографии. Наиболее остро нехватка биографических сведений касается детско-юношеского периода. В связи с этим реконструкция лингвориторического образования писателя опирается на имеющиеся архивные данные (см., напр.: [Федоров 2004], [Волгин 2012]), к сожалению, не очень обширные, и на воспоминания самого Достоевского и его окружения, отраженные в отдельных мемуарных изданиях (см.: [Достоевская А.Г. 1987], [Достоевская Л.Ф. 1992], [Достоевский А.М. 1992], [Достоевский Ф.М. 1993]) и в эпистолярных [Достоевский Ф.М. 1972–1990]. Метод реконструкции базируется на традиционных методах анализа и синтеза.

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-012-90037.

**Обсуждение.** Несомненно, центральной фигурой в микромире Достоевского-ребенка является его отец, Михаил Андреевич Достоевский, который с большой ответственностью подходил к воспитанию своих детей, строго придерживаясь принятых в дворянской среде норм. Михаил Андреевич был выпускником Подольской семинарии, в которой он обучался с 1801 по 1809 гг. по классу риторики. В его аттестате, в частности, перечислены предметы, освоенные «с успехом весьма изрядным» по программе: латинская и русская грамматика, поэзия, латинская и русская риторика, история, география, арифметика, французский, немецкий и греческий языки [Волгин 2012: 877]. Латинский язык занимал одно из ключевых мест в программе обучения: «Все усилия и все старания свои заведение прилагало к тому, чтобы воспитанники по выходе из него, самым основательным образом знали латинскую речь, – так что от воспитанников третьего класса (высшего грамматического) требовалось, чтобы они разговаривали между собой не иначе как по латыни, а в поэзии они должны были уже писать латинские стихи» [Синицкий 1866: 8]. Начиная с низшего класса, семинаристы изучали латинскую грамматику по учебнику Н. Бантыш-Каменского, к высшему классу переходя к разговорной латыни и чтению Гибнеровой истории на латинском языке.

Обе указанные книги вошли в домашнюю библиотеку родителей Достоевского: «Сто четыре истории, выбранные из Ветхого и Нового Завета» И. Гюбнера служили первой книгой для чтения для всех детей Михаила Андреевича и Марии Федоровны<sup>1</sup>, а учебник латинского языка Н. Бантыш-Каменского использовался Михаилом Андреевичем в обучении сыновей (Михаила и Федора) латыни.

В классе риторики уровень владения латинским языком был достаточен для того, чтобы не только читать римских авторов, но и свободно перелагать их и учить составлять собственные тексты на латинском языке. Выпускники семинарии по риторическому классу в итоге «произносили наизусть выученные ими сочинения русских и латинских авторов, читали латинские и русские краткие имитации и собственные свои сочинения как в прозе, так и в стихах, причем наблюдалось, чтобы сочинения были переписаны рукою самого автора чисто, аккуратно и без грамматических ошибок» [Там же: 12].

Надо отметить, что это уже закреплённая к концу XVIII столетия практика российского образования (духовного в том числе), которое во многом ориентировалось на европейский опыт и во главу угла ставило классические языки, причем, если в XVII веке акцент делался на древнегреческий язык, то «уже с 1700 г. все новооткрытые семинарии были ориентированы на латынь» [Кислова 2015: 55]. Помимо непосредственного изучения латыни как отдельного предмета, в учебные программы были включены дисциплины, преподаваемые на латинском языке и ориентированные на учебные издания, написанные на латыни: риторика, поэтика, философия, теология.

До нас практически не дошли сведения о том, как учился в семинарии Михаил Андреевич, но общее представление о системе образования того времени, имеющиеся исторические сведения непосредственно о Подольской семинарии и факт того, что он поступил в медико-хирургическую академию, косвенно, но убедительно свидетельствуют о его свободном владении латинским языком. Именно поэтому, когда в 1833 г. Михаил и Федор Достоевские поступили в полупансион обрусевшего француза Н.И. Драшусова, в котором не оказалось преподавателя латинского языка, Михаил Андреевич лично взялся обучать латыни старших детей.

Семинаристский ученический опыт, помноженный на особенности характера, породил собственную педагогическую методику Михаила Андреевича, описание которой находим в воспоминаниях младшего из братьев Достоевских – Андрея: «И вот с этого времени, каждый вечер папенька начал заниматься с братьями латынью. Разница между отцом-учителем и посторонними учителями, к нам ходившими, была та, что у последних ученики сидели в продолжение всего урока вместе с учителем; у отца же братья, занимаясь нередко по часу и более, не смели не только сесть, но даже облокотиться на стол. Стоят бывало как истуканчики, склоняя по очереди: mensa, mensae, mensae и т. д., или спрягая: amo, amas. Братья очень боялись этих уроков, происходивших всегда по вечерам. Отец, при всей своей доброте, был чрезвычайно взыскателен и нетерпелив, а главное, очень вспыльчив. Бывало, чуть какой-либо со стороны братьев промах, так сейчас разразится крик» [Достоевский 1992: 68]. Жесткость родительского подхода не отвратила Федора от латинского языка, хотя есть и противоположные мнения на этот счет. Так, И. Д. Ермаков утверждает, что именно из-за этой жесткости «проистекает тот аффективный тон, с которым Достоевский выступает против латыни как против тупого способа подчинить и убить инициативу в ребенке (за этим выпадом скрывается протест против отца-учителя, его тупого и огульного метода)» [Ермаков 1999: 369]. По мнению биографа Ю. Селезнева, «латынь Достоевский невзлюбил на всю жизнь» [Селезнев 2007]. Однако эти утверждения спорны.

Уровень владения Достоевским латинским языком был настолько высок, что позволял читать римских авторов в оригинале. Оказавшись в Инженерном училище, учебные планы которого были ориентированы на точные науки (среди гуманитарных – история, русская словесность, французский язык [Якубович 1983: 184]), Федор со всей страстью отдался чтению<sup>2</sup>. В этот период круг читаемых авторов достаточно сильно расширился, чему способствовали возможности столицы. Однако при всем книжном разнообразии Достоевский обращается и к античной литературе. Так, в его письме отцу от 5-10 мая 1839 г. находим: «Скажу Вам еще, что мне жаль бросить латинского языка. Что за прелестный язык. Я теперь читаю Юлия Цезаря и после 2-х годичной разлуки с латинским языком понимаю решительно всё» [Достоевский: т. 28, 56]. Эта оценка латинского языка

<sup>1</sup> Подробная информация об этой книге приводится в статьях О.А. Дехановой [Деханова 2018] и Б.Н. Тихомирова, Н.А. Тихомировой [Тихомиров 2018], полемически доказывающих различные варианты того, какое именно издание И. Гюбнера было в доме Достоевских.

<sup>2</sup> Ср.: «Можно сказать, что прежде чем стать гениальным писателем, Достоевский стал гениальным читателем» [Криницын].

недаром содержится в письме, адресованном отцу – первому учителю латыни для Федора. Вполне вероятно, что эта оценка отцом и привита. Древние языки и античная литература считались образцами наивысшей культуры слова. И у Достоевского уверенность в этом сохранилась на всю жизнь.

Подтверждением тому служат, например, отсылки к античной словесной традиции в художественных и публицистических текстах писателя. Так, латинские афоризмы активно используются им в качестве художественных и стилистических средств [Васильева 2013]. Тексты личного и рабочего характера (дневники, записные книжки, черновые наброски и планы произведений) также содержат много латинских (а иногда и греческих) слов и выражений, которые становятся маркерами этапов рассуждения и развития мысли. Зачастую латинизмы и грецизмы используются и в идеографическом письме Достоевского, представляющем «внутренний диалог писателя с собой в акте творческой автокоммуникации» [Баршт 2018: 4].

Классические языки воспринимались Достоевским как естественный и важный компонент образования. В «Дневнике писателя» за 1876 г. Он пишет: «Математика и два древние языка, латинский и греческий, признаны наиболее развивающим средством, умственным и даже духовным. Не мы признали это и не мы это выдумали: это факт и факт бесспорный, выжитый на опыте всею Европою в продолжение веков, а нами только перенятый» [Достоевский: т. 23, 82]. Здесь можно увидеть противоречие с активно утверждаемой Достоевским необходимостью изменения подхода к образованию, которое должно быть в первую очередь ориентировано на изучение родного русского языка, на познание России [Захаров 2016]. Однако это противоречие поверхностно: «познание России» не аннулирует необходимости познания европейской культуры, в основу которой положена античная традиция.

**Заключение.** Лингвистический кругозор Достоевского включал в себя не только современные европейские языки (французский, немецкий, английский), но и классические (латинский и древнегреческий). Знание последних, особенно – латинского, проявилось в художественных и публицистических произведениях писателя. Латинизмы и грецизмы, латинские выражения вошли в авторский тезаурус, становясь средствами художественной характеристики или стилистическими маркерами. Приобщенность Достоевского к античной лингвокультурологии, с одной стороны, была результатом традиционного для того времени образования, а с другой – послужила для писателя основанием для утверждения необходимости изучения родного русского языка, языка, на котором русскому человеку должно говорить и мыслить.

#### Библиография

- Баршт К.А. Каллиграфическое письмо Ф.М. Достоевского в рукописях к роману «Преступление и наказание» // *Неизвестны Достоевский*, 2018. – № 3. – С. 3–45.
- Васильева С.А. Латинские слова и выражения в художественных произведениях Ф.М. Достоевского // *Вестник ТвГУ. Серия «Филология»*, 2013. – Вып. 6. – С. 20–26.
- Волгин И. Хроника рода Достоевских. Родные и близкие. Историко-биографические очерки. – М.: Фонд Достоевского, 2012. – 1232 с.
- Деханова О.А. История о книге с иллюстрациями. «Первая книга для чтения» в семье Достоевских // *Достоевский и мировая культура*. – Альманах № 36. – СПб.: Серебряный век, 2018. – С. 9–18
- Достоевская А.Г. Воспоминания. / Вступ. статья, подгот. текста и примеч. С.В. Белова и В.А. Туниманова. – М.: Правда, 1987. – 544 с.
- Достоевская Л.Ф. Достоевский в изображении своей дочери / Пер. с нем. Е.С. Кибардиной; вступ. ст., подгот. текста и примеч. С.В. Белова. – СПб.: Андреев и сыновья, 1992. – 245 с.
- Достоевский А.М. Воспоминания. – СПб.: Андреев и сыновья, 1992. – 408 с.
- Достоевский Ф.М. Полн. собр. соч.: В 30 т. – Л.: Наука, 1972–1990. – Т. 28–30.
- Захаров В.Н. Идея Достоевского: Усиленное познание России как задача образования // *Неизвестный Достоевский*. – 2016. – № 3. – С. 3–13.
- Ермаков Д.И. Психоанализ литературы. Пушкин. Гоголь. Достоевский. – М.: Новое литературное обозрение, 1999. – 522 с.
- Кислова Е.И. Немецкий язык в русских семинариях XVIII века: из истории культурных контактов // *Вестник ПСТГУ. III: Филология*. – 2015. – Вып. 1 (41). – С. 53–70.
- Кнабе Г.С. Русская античность: Содержание, роль и судьба античного наследия в культуре России: Программа – конспект лекц. курса Г. С. Кнабе. – М.: РГТУ, 1999. – 238 с.
- Креницын А.Б. Творчество Достоевского в контексте европейской литературы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.portal-slovo.ru/philology/42345.php>
- Селезнев Ю.И. Достоевский. 5-е изд. М.: Молодая гвардия, 2007. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fedorostoevsky.ru/biography/seleznev/1/>
- Синицкий Д.А. Исторические сведения о Подольской духовной семинарии. – Каменск-Подольск: типография Подольского губернского управления, 1866. – 79 с.
- Тихомиров Б.Н., Тихомирова Н.А. Так какое же издание книги Гибнера мог читать в детстве Достоевский? (По поводу статьи О. А. Дехановой) // *Достоевский и мировая культура*. – Альманах № 36. – СПб.: Серебряный век, 2018. – С. 19–30.
- Федоров Г.А. Московский мир Достоевского. Из истории русской художественной культуры XX века. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 464 с.
- Ф.М. Достоевский в забытых и неизвестных воспоминаниях современников / Вступ. статья, подгот. текста и примеч. С.В. Белова. – СПб.: Андреев и сыновья, 1993. – 331 с.
- Якубович И.Д. Достоевский в Главном инженерном училище // *Достоевский. Материалы и исследования* / под ред. Г. М. Фридендера. – Ленинград: Наука, 1983. – Т. 5. – С. 179–186.

**Проблемы формирования навыков владения деловой речью  
в аспекте развития профессиональной языковой личности**

<sup>1</sup>Трубникова Юлия Витольдовна

<sup>2</sup>Доронина Светлана Валерьевна

<sup>1</sup>Алтайский государственный университет, Россия  
656049, г. Барнаул, ул. Димитрова, 66  
доктор филологических наук, доцент  
E-mail: yuvtrubnikova@yandex.ru

<sup>2</sup>Алтайский государственный университет, Россия  
656049, г. Барнаул, ул. Димитрова, 66  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: doroninasv73@mail.ru

**Аннотация.** Профессиональная деятельность сегодня связана с владением деловой речью. Жесткость норм официально-делового стиля, жанровых норм и собственно текстовых норм, задающих структуру и содержание документа требует высокого уровня владения нормами языка и стиля. Овладение основами языка документов может стать целью курса культуры речи. В статье авторы делятся опытом подобной организации учебного курса.

**Ключевые слова:** деловая речь, документ, функциональная грамотность, языковая личность.

УДК 811.161.1

**Problems of forming business speech skills  
in the context of developing a professional linguistic personality**

<sup>1</sup>Yuliya V. Trubnikova

<sup>2</sup>Svetlana V. Doronina

<sup>1</sup>Altay State University, Russia  
656049 Barnaul, Dimitrov Str., 66  
Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: yuvtrubnikova@yandex.ru

<sup>2</sup>Altay State University, Russia  
656049 Barnaul, Dimitrov Str., 66  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: doroninasv73@mail.ru

**Abstract.** Present-day professional activity is impossible without mastery of business speech skills. The rigidity of the rules of the official business style, genre and textual norms defining the structure and contents of a document require a high level of proficiency in the norms of language and style. Mastering the basics of language of documents can be considered as the goal of a speech culture course. In the article, the authors share their experience of organizing such a training course.

**Keywords:** business speech, document, functional literacy, linguistic personality.

UDC 811.161.1

**Введение.** Относительно новые экономические и социальные условия в нашей стране привели к участию в коммерческой и организаторской деятельности самых разных слоев населения. Это обстоятельство заставляет вспомнить, что деловая речь, сопровождающая названные виды деятельности, характеризуется повышенной облигаторностью, что делает необходимым для коммуникантов владеть языковыми нормами и нормами делового общения. А значит, лицам, вступающим в социально-правовые отношения, следует повышать свою лингвистическую и коммуникативную компетентность. В сложившейся ситуации возрастает роль сознательного воздействия общества на язык. Современная школа в силу целого комплекса причин (как социальных, так и методических) эту роль взять на себя не может, поэтому решать поставленные вопросы приходится в рамках вузовского курса «Культура речи», назначение которого, по сравнению с уровнем школы, – формировать сознательное отношение к использованию языка как компонента функциональной грамотности, т.е. способности человека «вступать в отношения с внешней средой и максимально быстро адаптироваться и функционировать в ней. В отличие от элементарной грамотности как способности личности читать, понимать, составлять простые короткие тексты и осуществлять простейшие арифметические действия, функциональная грамотность есть атомарный уровень знаний, умений и навыков, обеспечивающий нормальное функционирование личности в системе социальных отношений, который считается минимально необходимым для осуществления жизнедеятельности личности в конкретной культурной среде» [Мацкевич, Крупник: Электронный ресурс].

Как правило, курс «Культура речи» читается в одном семестре, объем аудиторных занятий, включающих и лекции, редко превышает 36 часов, что существенно ограничивает объем изучаемого материала, перечень

конкретных норм и т.п. Принципом отбора тем, проблем, собственно материала для работы может стать функционально-стилевой или дискурсивный. Представляется, что чаще курс строится вокруг проблем публицистического или научного стиля. Однако достаточно эффективной кажется работа с деловой речью, поскольку, как уже было сказано, соответствующие речевые умения востребованы именно в профессиональной деятельности выпускника вуза. Авторы имеют опыт подобной организации учебного курса. Апробация его и является целью данного исследования.

**Материалы и методы.** Материалом послужили наблюдения авторов в процессе многолетнего преподавания курса «Русский язык и культура речи». Для исследования используется метод описания, включающий в себя процедуры сбора материала, его классификацию, типизацию и сделанные в результате выводы.

**Обсуждение.** Деловые отношения – самый массовый вид социального общения, сферы коммерческих и административно-правовых, экономико-правовых и дипломатических отношений. Их особенностями являются чёткая регламентированность и направленность на достижение конкретной цели. При этом, как правило, с реализацией таких отношений связаны крупные риски: имущественные, финансовые и другие. От умения строить коммуникацию, располагать к себе собеседника, фиксировать достигнутые позиции зависит конечный результат. Деловое общение – особый тип взаимодействия людей ради социально значимых целей. Поэтому общение складывается не на основе личностных пристрастий и предпочтений, а на основе социальных интересов. Это объясняет такую особенность делового общения, как его формализованный характер. В основе письменных отношений физических и юридических лиц, не связанных в реальности иерархическими отношениями, лежит обмен информацией, представленной в документированной форме.

Одним из общих оснований оценки документа является такой критерий, как его эффективность, под которой понимается «практический результат в сфере обращения документа: в управлении, экономике, правовых отношениях или администрировании» [Кушнерук 1999: 64]. Эффективность делового текста оценивается с учетом экстралингвистических и лингвистических принципов. К экстралингвистическим С.П. Кушнерук относит сферу функционирования документов (основной критерий); уровень полномочий и ответственности; место составления и сферу обращения, технические характеристики документа, темпоральные характеристики (время действия, содержательные особенности, форма документа) [Кушнерук 1999: 65–69]. Собственно лингвистические принципы включают описание композиционных особенностей текста, его лексико-фразеологические и морфолого-синтаксические характеристики.

Деловой дискурс – сложный объект, имеющий ряд институциональных и когнитивно-лингвистических особенностей, отличающих его от всех других типов дискурса. К особенностям официально-делового дискурса относятся стабильность, традиционность и стандартизованность, поскольку сферой его применения являются деловые отношения между физическими и юридическими лицами. Деловой дискурс представляет собой целенаправленную статусно-ролевую речевую деятельность людей, опирающуюся на нормы деловой культуры, нормы литературного языка и, в частности, на нормы и правила специальной системы языковых средств – официально-делового стиля как совокупности специализированных языковых средств для обслуживания сферы официально-деловых отношений. Указанный стиль обслуживает коммуникативные ситуации, в которых складываются иерархические отношения между автором и адресатом делового текста. Коммуникативная иерархия накладывается на степень определенности адресата (неопределенный, массовый или конкретное лицо), его социальный статус (симметричность / несимметричность иерархических отношений вне и внутри текста), степень обязательности для адресата исполнения действий, к которым побуждает документ [Янковая 2011]. Всё это и определяет языковые и стилистические особенности делового текста.

Жесткость норм официально-делового стиля, жанровых норм и собственно текстовых норм, задающих структуру и содержание документа, приводит к тому, что компоненты делового дискурса подчас доведены до схематизма и практически не могут изменяться. Наблюдения показывают, что современные носители языка в процессе письменной деловой коммуникации допускают три основных типа ошибок: ошибки структурирования, ошибки стилистические и собственно языковые (см., например, [Трубникова 2019]). Соответственно, в этих направлениях и должна вестись работа со студентами.

Первый блок работы – это освоение языковых, прежде всего грамматических норм, которые в деловой речи наиболее консервативны, поскольку регламентированность общения требует единообразной нормы образования форм и сочетания слов, удерживаемой в течение длительного времени. Основные темы этого блока опять-таки диктуются частотными ошибками: склонение имен собственных (важно, поскольку ошибка из грамматической может стать фактической, т.е. исказить уже не форму, а содержание документа), падежное управление, причастия и деепричастия (и обороты). Последние темы требуют особого внимания, поскольку соответствующие нормы в школе сейчас формируются крайне слабо, поскольку не поддерживаются систематическим чтением. В результате выпускники школы не только путают понятия причастия и деепричастия и допускают пунктуационные ошибки, но, что важнее, не умеют образовывать формы и грамотно употреблять их. Студенты-первокурсники не видят ошибок, например, в предложениях: *Сотрудникам фирмы, приедущим отдохнуть в профилакторий, будут предоставлены все необходимые условия; Мы предложим проект для одобрения на заседании, состоящемся в марте* – и спокойно определяют формы как причастия будущего времени.

Исправление ошибок в употреблении причастий и деепричастий относится уже и к стилистической работе. Обычно исправляют так: *Сотрудникам фирмы, которые приедут отдохнуть в профилакторий...; ...на заседании, которое состоит в марте*. Объясняем, что придаточные определительные – яркая черта разговорного стиля, документ же требует иных грамматических конструкций. Значительные стилистические трудности представляет и исправление ошибок в употреблении деепричастий. Стандартный способ исправления – ис-



пользование конструкции сложного предложения – не всегда приемлем, чаще требуется изменить не оборот, а само предложение, например, превратить безличную конструкцию в личную (*Находясь на эскалаторе, левый ряд должен быть свободен*), что представляет для студентов значительные трудности.

Вообще стилистические ошибки появляются в деловом тексте как результат процесса официализации /деперсонализации и противоположного ему процесса деофициализации/персонализации. Официализацию О.П. Сологуб определяет как «процесс вхождения естественного языка в деловой язык, формирование на основе естественного языка сущностных свойств делового языка (такими свойствами являются выработанные стереотипы деловой речи, выступающие в качестве ее канонов)» [Сологуб 2008: 32]. Под деофициализацией исследователь предлагает понимать утрату или ослабление официального начала «при дальнейшем употреблении деловых текстов-образцов, их функционировании под воздействием традиций неофициального языка (он связан с обратными процессами – процессами вхождения делового языка в язык обыденный, художественный, научный и т.д.)» [Сологуб 2008: 32]. По поводу ошибок второй группы следует заметить, что абсолютизация норм делового текста или, наоборот, отказ от них и нежелание авторов учитывать такие важные факторы, обеспечивающие эффективное функционирование документов, как фактор адресата, целеустановку, область применения, уровень официальности и, соответственно, степень жесткости применяемых к составлению текстов требований и т.п., приводит к затрудненному восприятию текстов адресатом и, следовательно, к общему снижению их эффективности.

Стилистическая работа должна вестись прежде всего на лексическом материале. Во-первых, необходимо добиваться точности словоупотребления, понимания того, что разные функциональные разновидности, разные жанры и разные ситуации общения (даже делового) по-разному регулируют выбор одного из возможных вариантов, предоставляемых языком говорящему (задания на уместность употребления в документе профессиональной и специальной лексики, в том числе технических терминов, устойчивых сочетаний, сокращений; на замену эмоциональной и оценочной лексики и т.п.). Во-вторых, необходимо работать над проблемой краткости выражения мысли, поскольку речевая избыточность часто проявляется в современных документах и является результатом того же процесса официализации / деофициализации (задания на сжатие предложения и текста, на проверку фактической точности).

В целом, работа над языковыми и стилистическими нормами документа должна вестись под знаком того, что переход от мысли к речи, устной и письменной, равно как и обратный переход в ситуации общения – «служебный процесс, который должен протекать возможно легче и быстрее, автоматичнее для того, чтобы главная масса энергии пишущего, говорящего и читающего, слушающего могла быть устремлена на самое мышление, а не на борьбу с неповоротливым, неудобным, чужим техническим аппаратом словесного оформления мысли. Говоря языком рефлексологии, нужно сделать наиболее постоянным сочетательный рефлекс мысли–речи и как можно менее его тормозить. Каждая ошибка и должна рассматриваться как тормоз, затрудняющий ход мышления и процесс взаимодействия между мыслью одного и другого человека» [Золотарев 2001: 191].

Третий блок – структурирование текста – предполагает работу с композицией, знакомство с правилами составления таблиц, с рубрикацией как средством членения текста. Очевидно, что текст документа должен иметь четкую, ясную структуру, чтобы удовлетворять одному из основных требований ситуации – быстрой обработке информации. Кроме того, ясная структура даёт гарантию прочтения текста адресатом и правильного его понимания. Но опыт показывает: основное внимание в этом блоке стоит уделять логичности речи, особенно с учетом того, что логика и теория аргументации для современных студентов – terra incognita. Знакомство с основными логическими законами, а также правилами (особенно с правилами доказательства) – важная составляющая умения строить не только деловой текст.

**Заключение.** Таким образом, в рамках вузовского курса «Русский язык и культура речи» мы должны не только вырабатывать у будущих специалистов сознательного отношения к нормам современного русского литературного языка в целом, но и способствовать формированию одной из сторон их профессиональной личности через овладение основами деловой речи. Последнее предполагает, во-первых, составление текста документа в соответствии с первоначальным замыслом, во-вторых, знание говорящим (пишущим) своих прав в процессе делового общения и своих обязанностей по отношению к другой стороне коммуникации. Важно, чтобы этот курс полноценно читался не только на специальностях гуманитарного профиля, поскольку одним из признаков образованного человека является умение выражать свои мысли в различных коммуникативных ситуациях.

#### Библиография

Золотарев С.А. Причины школьной безграмотности и меры борьбы с нею // Лингвистика и школа: Материалы Всероссий. научно-практической конф. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2001. – С. 190–207.

Кушнерук С.П. Документная лингвистика. М.: Флинта: Наука, 2010. – 256 с.

Мацкевич В.В., Крупник С.А. Функциональная грамотность // Социология: Энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://sociology\\_encyclopedia.academic.ru/1178](https://sociology_encyclopedia.academic.ru/1178)

Сологуб О.П. Русский деловой текст в функционально-генетическом аспекте. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2008. – 332 с.

Трубникова Ю.В. Проблемы реализации жанра делового письма в современной деловой коммуникации: коммуникативно-прагматический, структурный и нормативный аспекты // Филология и человек. – Барнаул, 2019. – № 2. – С. 99–110.

Янковая В.Ф. Документная лингвистика. М.: Изд. центр «Академия», 2011. – 288 с.

## Изучение теории языковой личности в Китае: состояние и перспективы<sup>1</sup>

Чжоу Дичэнь

Пекинский педагогический университет, Китай  
100875, г. Пекин, ул. Синьцзекоувайдацзе, 19  
магистр филологических наук, докторант  
E-mail: katya.zhou@gmail.com

**Аннотация.** В начале XXI века в Китае была представлена теория языковой личности. Данная статья посвящена анализу существующего положения в изучении теории языковой личности в Китае. В данной статье обобщается состояние изучения теории языковой личности в Китае, анализируются основные направления исследований и достижения китайских ученых, а также определяется перспектива развития теории языковой личности в Китае.

**Ключевые слова:** языковая личность, изучение языковой личности, вторичная языковая личность, методика преподавания русского языка как иностранного, преподавание РКИ в Китае, межкультурная коммуникация.

УДК 81.1(510)

## Theory of linguistic personality in China: Present situation and prospects

Zhou Dichen

Beijing Normal University, P. R. China  
100875 Beijing, Xijiekouwaidajie Str., 19  
Master of Philology, PhD student  
E-mail: katya.zhou@gmail.com

**Abstract.** The early 21<sup>st</sup> century saw the introduction of the theory of linguistic personality in China. This article explores the current situation with the study of linguistic personality in China, summarizing the main trends of research and achievements of Chinese scholars, as well as outlines the prospects for the development of the theory of linguistic personality in China.

**Keywords:** linguistic personality, study of linguistic personality, secondary linguistic personality, methods of teaching Russian as a foreign language, teaching Russian as a foreign language in China, intercultural communication.

UDC 81.1(510)

**Введение.** Антропоцентрическая парадигма с 1980-х годов доминирует в русских лингвистических исследованиях, ее целью является изучение различных форм человека в языке. Появились такие термины, как «человек говорящий», «речевая личность», «коммуникативная личность», «культурная идентичность» и т.п. Среди них одним из самых популярных терминов является «языковая личность», которая приобретает самое широкое внимание исследователей.

В начале XXI века теория языковой личности Ю. Н. Караулова была представлена в Китае. Исследования, основанные на этой теории, в Китае немного отстали от России. Тем не менее, непрерывно углубляясь и совершенствуясь, китайские ученые также проводят многостороннее исследование языковой личности.

**Материалы и методы.** Материалом для данного исследования послужили научные публикации китайских специалистов в области изучения языковой личности. Основные методы – анализ и обобщение.

**Обсуждение.** В Китае языковая личность в основном изучается по следующим аспектам.

1. Сочетание теории вторичной языковой личности и преподавания русского языка как иностранного. Теория языковой личности и теория вторичной языковой личности имеют значение для обучения иностранным языкам. С точки зрения теории языковой личности, целью обучения иностранному языку является не только овладение знанием языка, но и его понимание, восприятие и употребление.

В своей книге «Русская лингвокультура и межкультурная коммуникация» профессор Лю Хун указала, что «мы должны высоко ценить три уровня вторичной языковой личности при обучении иностранному языку» [Лю Хун 2018: 80], подробно перечислила способности, которыми обучающимся следует обладать на вербально-семантическом уровне, когнитивном уровне и прагматическом уровне. Профессор Лю Хун указала, что данное базовое содержание может использоваться как критерий того, сформирована ли вторичная языковая личность у обучающихся, уместны ли методы обучения иностранному языку, и систематизирован ли материал учебника.

Профессор Ли Сяндун указала на общие проблемы в обучении лексике в книге «Исследования по современному русскому языку и культуре»: «Лексика в языковом сознании обучающихся обычно существует изо-

<sup>1</sup> Работа выполнена при финансовой поддержке Министерства образования КНР, проект «Исследование современной русской литературы в аспекте лингвокультурологии» 19YJA740035.

лированно. Отсутствует связь с соответствующими языковыми единицами, которые должны быть ассоциированы. Обычно студенты знают только значение слова, не умеют его употреблять или употребляют его неправильно» [Ли Сяндун 2015: 102]. Основываясь на теории вторичной языковой личности, профессор Ли предложила создать сеть словесных ассоциаций в практике преподавания русского языка как иностранного, включающую устойчивые выражения, синонимы, антонимы, однокоренные слова, фразеологизмы, которые отражают русский национальный менталитет и культуру, речевое обучение с оценочной значимостью и прецедентными феноменами [Ли Сяндун 2015: 103–106], с целью помочь обучающимся изучать инвариант русской языковой личности и овладевать знаниями и навыками, имеющими национальные особенности русской языковой личности.

Профессора Сунь Юйхуа и Пан Вентао подчеркнули важность теории вторичной языковой личности в обучении пониманию художественному тексту в рамках обучения русскому языку как иностранному. Ученые попытались создать модель понимания и восприятия художественного текста с помощью трехуровневой структуры языковой личности, то есть семантического уровня, когнитивного уровня и прагматического уровня в процессе понимания художественного текста. Основываясь на словарном значении слов и предложений в процессе обучения художественному тексту, мы сосредоточиваемся на национально-культурных факторах в художественных текстах и направляем обучающихся на понимание семантики текста в целом и понимание глубокого смысла, заложенного автором. Система учебного цикла развивает у студентов способность изучать, понимать и применять русский язык, а также сознательно шаг за шагом знакомить обучающихся с языковой картиной мира и системой культурных ценностей русского народа [Сунь Юйхуа, Бан Вентао 2014: 30]. Кроме того, ученые также разъяснили учебные задачи и принципы понимания художественного текста в процессе обучения русскому языку как иностранному.

2. Сочетание теории языковой личности и литературно-критических исследований. «За каждым текстом стоит языковая личность, владеющая системой языка» [Караулов 1989: 5]. «Рассмотрение дискурс-практик отдельных литературных личностей осуществляется нами в рамках «ЛР картины мира», понимаемой как дискурс-универсум, глобальная область описаний, в которой существует коллективная языковая личность этноса и/или также совокупная языковая личность этносоциума в данный культурно-исторический период, т.е. актуальная система культурных концептов и ценностных суждений в их иерархической организованности» [Ворожбитова 2015: 12; см. также: Ворожбитова 2007, 2013, 2019; Vorozhbitova, Potapenko 2013]. Как проанализировать языковую личность персонажей в художественных произведениях? Как понять глубокий смысл автора с помощью анализа его языковой личности? Данные вопросы находятся в центре внимания исследователей. Исследование Ю.Н. Караулова показывает, что теория языковой личности имеет важное значение для формирования художественного образа и анализа характера персонажей.

Метод исследования Ю.Н. Караулова заимствован исследователями в Китае. Китайские ученые активнее сочетают изучение языковой личности с изучением русской литературы, что позволило китайским исследователям анализировать художественные произведения в новом аспекте. По словам профессора Лю Цзюань, «изучение языковой личности персонажей может помочь нам выявить их характеристики с точки зрения, отличной от литературоведения, и интерпретировать авторский замысел» [Лю Цзюань 2018: 123]. Хэ Сюйхун отметила, что «мы должны обращать внимание на языковую личность в художественных произведениях», и подчеркнула, что «языковая личность в литературных произведениях является сложным вопросом, включающим как языковую личность персонажей в произведении, так и языковую личность автора» [Хэ Сюйхун 2015: 15].

Следует заметить, что языковая личность автора имеет не менее важное значение. Необходимо в целом оценить языковую личность персонажей и языковую личность автора в художественных текстах. В последние годы китайское академическое сообщество проводило разносторонние исследования языковой личности в литературных произведениях, уделяя особое внимание не только языковой личности персонажей в конкретных литературных произведениях, но и характеристикам языковой личности литературных произведений определенного исторического периода. Это вполне подтверждает тезис, что «метод исследования художественного образа с помощью анализа языковой личности не только возможен, но и необходим» [Ли Сяндун, 2015: 109].

Теория языковой личности становится все более заметной в изучении русской женской литературы. «У писательниц есть разные точки зрения на выбор, описание и формирование образа персонажа. Персонажи у разных авторов значительно отличаются друг от друга. Изучение сходства и различия в характере персонажей в разных произведениях одной и той же писательницы или сходства и различия между персонажами разных писательниц на трех уровнях языковой личности может всесторонне охарактеризовать языковую личность персонажей в современной женской литературе и раскрыть авторский замысел формирования художественных образов» [Лю Цзюань 2018: 124]. Изучение вербально-семантического, когнитивного и прагматического уровней языковой личности персонажей позволяет нам понять основную идею художественного текста с точки зрения авторов, персонажей и читателей, а также проникнуть во внутренний мир героев, что дает импульс для анализа литературных произведений.

3. Сочетание теории языковой личности и изучения политического дискурса. В последние годы происходят активные обмены между политическими и лингвистическими исследованиями. Ученые обращают больше внимания на язык, утверждая, что «язык является не только средством выражения человеческого мышления, общения и понимания, но также и средством формирования концепции, идентичности и интересов. А межгосударственные отношения касаются как военных и экономических вопросов, так и языковых игр [Сунь Ци-

шэн, Юань Ша 2019: 144]. Можно сказать, что роль языка и языковой личности в международных отношениях становится все более заметной.

Китайские исследователи применяют теорию языковой личности в области политической лингвистики, изучая языковую личность политического дискурса и политических деятелей по трем направлениям. Во-первых, анализ текста на основе конкретного политического дискурса. Фан Тао определил лексические, синтаксические и стилистические характеристики русского политического дискурса на семантическом уровне речи, проанализировал концепцию дипломатии России и русский национальный характер на когнитивном уровне, а также исследовал прецедентные предложения и прецедентные тексты в политическом дискурсе на прагматическом уровне [Фан Тао 2017]. Профессора Цзян Ямин и Ли Мэнья приводят в качестве примера Доклад о работе правительства КНР на русском языке с учетом трехуровневой структуры языковой личности, обобщают следующие характеры языковой личности политических текстов: объективность и достоверность информации в тексте, яркость политических идей и образность языка. Эти три пункта отражены на вербально-семантическом уровне, когнитивном уровне и прагматическом уровне политического текста [Цзян Ямин, Ли Мэнья 2014]. Во-вторых, проводился анализ речевого портрета в диалогах, выступлениях и дебатах политических деятелей. Сон Лина исследовала языковую личность В.В. Путина с диахронической точки зрения и проанализировала причины изменения языковой личности в сочетании с внутренними и внешними факторами [Сон Лина 2016]. Кроме того, анализ политической языковой личности политиков привлек внимание ученых как новая междисциплинарная наука. Данная дисциплина касается «как политической лингвистики, так и теории речевого портрета при изучении языковой личности» [Лю Лифень 2019: 3].

С момента создания теории языковой личности прошло более 30 лет, и сегодня она является одной из самых актуальных тем языкознания не только в России, но и в Китае. С непрерывным углублением исследований теория языковой личности внесла много инновационных изменений в традиционные лингвистические исследования. Во-первых, произошла смена объекта исследования. Фокус внимания сменился с ориентации на объект языка на субъект языка – личность. Во-вторых, происходит совершенствование метода исследования. Изучаются аспекты порождения, восприятия и употребления в речи элементов высказываний языковой личности с точки зрения семантики, грамматики, прагматики. В-третьих, развивается комплексное использование исследовательских парадигм – для проведения всестороннего исследования языковой личности органически объединяются четыре исследовательские парадигмы, т.е. историческая, психологическая, структурная и социологическая.

На наш взгляд, в будущих исследованиях по теории языковой личности нам необходимо обратить внимание на следующие три аспекта:

1. Продолжить развивать междисциплинарные методы исследования. Ю.Н. Караулов использовал психолингвистику, методику преподавания иностранных языков и теорию литературной критики для построения структурной модели языковой личности, благодаря которому изучение языковой личности с самого начала носило междисциплинарный характер. На данном этапе при изучении языковой личности китайские ученые проводят исследования в разных областях и с разных точек зрения, в том числе традиционных и ряда новых дисциплин, таких как лингвокультурология, политическая лингвистика и т.д., что значительно обогатило изучение теории языковой личности в Китае. Мы считаем, что междисциплинарные методы исследования необходимы для дальнейших исследований. Учитывая роль внутренней структуры языка в формировании языковой личности, мы не должны игнорировать влияние на нее социальных и культурных факторов вне языка. «Учет “языка говорящего” на микроскопическом уровне и “человека в языке” на макроскопическом уровне является правильным подходом к изучению языковой личности» [Чжао Айгуо 2006: 119].

2. Укрепить международный академический диалог и содействовать обмену достижениями. За период продолжительностью более 30 лет благодаря теоретическому развитию и инновациям изучение языковой личности в России расширилось во многих областях, и результаты исследований широко используются на практике. В то же время теория языковой личности с междисциплинарным характером будет по-прежнему привлекать внимание во многих смежных областях в Китае. Китайские исследователи также достигли немалых результатов. Но изучение все еще находится в начальной стадии. Опыт исследований нельзя назвать богатым. Китайские исследователи уделили больше внимание представлению теории языковой личности. Ожидается использование данной теории для решения более конкретных проблем на практике. На данном этапе потенциал повышения результатов изучения велик. Китайские исследователи должны активно обмениваться результатами с российскими исследователями в изучении теории языковой личности, стремиться к глубокой интерпретации и углубленному исследованию теории языковой личности в Китае.

3. Исследовать теорию языковой личности на фоне глобализации. По мере углубления глобализации и интеграции мира обмена между представителями разных национальностей, языковых и культурных сообществ становятся более тесными и частыми, чем раньше. Это требует от нас не только повышенного внимания к национальной самобытности языковой личности, но и расширения научного кругозора, сосредоточения на глобализирующемся характере языковой личности и ее проявлениях на всех уровнях. «Единая связь мира и изменение языковой личности в процессе глобализации, взаимосвязь между глобализацией и национальностью, глобальные характеристики языковой личности» [Ли Сяндун, Ян Сюэцзе 2015: 241] должны стать новым содержанием дальнейшего исследования языковой личности.

**Заключение.** Итак, теория языковой личности приобретает важное теоретическое и практическое значение, привлекает широкое внимание китайских исследователей и имеет хорошие перспективы развития. На этом этапе благодаря усилиям китайских исследователей, изучение теории языковой личности в Китае постепенно развивается и совершенствуется. Однако как сложный объект исследования языковая личность все еще

имеет обширный исследовательский потенциал. В столкновении с другими областями, сферами и дисциплинами изучение теории языковой личности в Китае обязательно продолжит развиваться и углубляться.

#### Библиография

Ворожбитова А.А. Алгоритмы и перспективы лингвориторического исследования аксиологической прагматики в динамике дискурсивных процессов социокультурно-образовательного пространства // Известия Социнского государственного университета. – 2013. – № 1-1 (23). – С. 177–181.

Ворожбитова А.А. Дискурсивные процессы литературно-художественной коммуникации и тип литературной личности «писатель русского зарубежья»: лингвориторический подход // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2015. – № 20. – С. 11–16.

Ворожбитова А. А. Основы лингвориторической парадигмы: учеб. пособие / А. А. Ворожбитова. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2019. – 176 с.

Ворожбитова А.А. «Языковая личность» и «литературная личность» как лингвориторические категории // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2007. – № 8. – С. 24–33.

Караулов Ю.Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения // Язык и личность. – М.: Наука, 1989. – С. 3–8.

Ли Сяндун, Ян Сюэзе, Чэнь Ге. Исследования по современному русскому языку и культуре. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2015. – 256 с.

Лю Лифень. Междисциплинарные исследования: политическая лингвистика и языковая личность // Новости социальных наук Китая, 2019. № 3. – С. 3–8.

Лю Хун. Русская лингвокультура и межкультурная коммуникация. Пекин: Издательство преподавания и исследования иностранных языков, 2018. – 408 с.

Лю Цзюань. Лингвокультурология – новый аспект исследования современной русской женской литературы // Русская литература и искусство, 2018. № 3. – С. 121–126.

Сон Лина. Исследование языковой личности Президента России В. Путина // Исследование иностранных языков в Северо-Восточной Азии. 2016. № 3. – С. 47–52.

Сунь Цишэн, Юань Ша. Происхождение, состояние и перспективы международной политической лингвистики – интервью с профессором Сунь Цишэном // Международные политические исследования, 2019. № 1. – С. 142–160.

Сунь Юйхуа, Бань Вэньтао. Модель понимания художественного текста с точки зрения теории вторичной языковой личности // Иностранные языки и преподавание иностранных языков, 2014. № 2. – С. 26–31.

Фан Тао. Анализ языковой личности в российских политических дискурсах // Исследование языка и культуры, 2017. № 1. – С. 10–4.

Хэ Сюйхун. Происхождение и развитие теории языковой личности русского языка // Журнал филологии (Обучение и преподавание иностранных языков), 2015. № 3. – С. 14–18.

Цзян Яминг, Ли Мэнья. Проблема языковой личности в политическом дискурсе «перевода с китайского языка»: на примере перевода с китайского на русский Доклада о работе правительства КНР // Исследование переводов с китайского языка, 2014. № 2. – С. 2–14.

Чжао Айгуо. Очерки лингвокультурологии. – Харбин: Хэйлунцзянское народное издательство, 2006. – 255 с.

Vorozhbitova A.A., Potapenko S.I. linguistic & rhetorical paradigm as innovative theoretical methodological platform of studying discursive processes of east slavic and western cultures // European Researcher. – 2013. – № 10-2 (61). – С. 2536–2543.

## Имя как меморативный сюжет и персонифицированное событие культуры

Чиркова Наталья Владимировна

Самарский государственный институт культуры, Россия  
443010, г. Самара, ул. Фрунзе, 167  
кандидат исторических наук, доцент  
E-mail: nat.chirk@mail.ru

**Аннотация.** В статье имя рассматривается как феномен, меморативный сюжет и персонифицированное событие культуры. Ритуалы имянаречения исследуются как неотъемлемая часть культуры любого народа. На примере русской именной системы делается вывод о том, что имена всегда находятся под влиянием двух противоположных тенденций: стремления к устойчивости, то есть к традиционности, и одновременно – стремления к обновлению, то есть наблюдается диалектика традиций и новаций в имянаречении.

**Ключевые слова:** имя, культура, язык, смысл, событие.

УДК 81.367.622.12

## The name as a memorized plot and personified cultural event

Natalia V. Chirkova

Samara State Institute of Culture, Russia  
443010 Samara, Frunze Str., 167  
Candidate of Sciences (History), Associate Professor  
E-mail: nat.chirk@mail.ru

**Abstract.** The article treats the name as a phenomenon, a memorized plot, and a personified cultural event considering naming rituals as an integral part of the culture of any nation. Drawing on the system of Russian names, the author makes a conclusion that names are always influenced by two simultaneous opposite trends: a desire for stability, i.e. for tradition, and a desire for renewal, i.e. in naming there is a dialectic of traditions and innovations.

**Keywords:** name, culture, language, sense, event.

UDC 81.367.622.12

**Введение.** Имя в культуре занимает особое место. Будучи частью языкового кода культуры, имена собственные образуют самостоятельный ономастический культурный код. Неудивительно, что с древних времен внимание исследователей приковано к имени. Это не случайно, поскольку имя человека является одним из важнейших проявлений его индивидуальности. Имя входит первым компонентом в структуру самосознания. Имя – это личное название человека, которое дается при рождении, и даже после смерти имя продолжает существовать. В процессе индивидуального развития человек вживается в свое имя, оно становится частью его сущности. С помощью имени человек выделяет себя как персону. С имени человека начинается обращение к нему, поощрение или порицание его за недозволенные действия. С имени собственного человек начинает свое общение с окружающим миром.

**Материалы и методы.** Изучение феномена имени предполагает обращение к различным методам, направленным на достижение поставленной цели: методы семантического и контекстуального анализа, индуктивный метод анализа материала, метод лингвокультурологического анализа, а также прием экстралингвистической интерпретации фактов языка и прием частотной-статистической характеристики. Таким образом, исследование объединяет в себе лингвистическое рассмотрение языкового материала с культурологическими методами исследования.

**Обсуждение.** Имя – знак персоны, личное название человека, способ различения людей. Оно является своеобразным заменителем человека, его представителем, как в узком семейном кругу, так и в более широких сферах общения, в официальных документах и т.д. [Степанов 2002: 172–179]. Данная функция – выступать в качестве заместителя объектов действительности – свойственна знакам [Никитин 2003: 122]. Таким образом, имя – это знак, следовательно, оно обладает определенным смыслом. В современном обществе имя ребёнку дают под влиянием моды или семейных предпочтений. В более ранние эпохи к выбору имени подходили очень серьезно, поскольку люди искренне полагали, что влияние имени на характер человека, выбор профессии и в итоге на судьбу весьма велико. Современные исследователи полагают, что имя не только имеет функцию обозначения индивидов для удовлетворения практической необходимости общения в пределах определенных социумов, но и сложным образом отражает, фиксирует состояние их культуры [Мадиева 2001].

Русская именная система в своем развитии прошла несколько основных периодов. Исследователи в развитии русских имен выделяют два значительных этапа: дохристианский и христианский. В языческие времена на Руси использовали самобытные имена или прозвища, которые отражали черты характера человека или его индивидуальные особенности, например, Умник, Хитр, Добр, Храбр, Молчан, Кудряш, Хромой, Беляй. Если мальчик был силен, хитер и подвижен, его могли назвать и Волком. Иногда сыновья в семье получали имя-очередность в порядке их появления на свет: Первый, Второй, Третьяк, Меньшак, Старшой и т.п. Некоторые имена обозначали род деятельности или профессию, например, Селянин или Кожемяка. В древности такие

особенности в присвоении имен были характерны для многих народов. Так, индейцы Северной Америки, подмечая индивидуальные черты людей, отражали их в именах: Хитрый Лис, Орлиный Глаз, Вичаша (Мудрец), Вияя (управляющий солнцем), Кезегоуоз (быстрый) и т.д.

С принятием христианства имена закреплялись в специальных церковных календарях. Но и в наши дни можно встретить фамилии, произошедшие от прозвищ – Сокол, Пасечник, Воробей. Огромный интерес представляют собой древнерусские имена. Они раскрывают богатство русского народного языка, а некоторые сохранились до нынешнего времени – Вадим, Всеволод, Владимир, Ярослав.

Вообще, отечественная система имен подвергалась четырем искусственным вмешательствам, которые сыграли важную роль в ее дальнейшем становлении и развитии. Искусственным вмешательством называются серьезные социально-стилевые нововведения, принятые в связи с резкими революционными изменениями в философско-мировоззренческой системе общественных ценностей.

Первым таким вмешательством, как уже отмечалось выше, было крещение Руси, когда в отечественную культуру пришли имена, соотносимые с новым вероисповеданием. Вторым вмешательством было требование называть только христианскими именами, а древнерусские имена оказались неприемлемыми, так как ассоциировались с языческой религией. При этом представители княжеской династии, принявшие крещение, продолжали сохранять свое родовое имя. Например, князь Владимир Красное Солнышко был наречен именем Василий, но продолжал называться первым именем. Именно под ним (не под христианским) он был причислен к лику святых русской православной церковью. Сын Владимира Ярослав Мудрый был крещен под именем Георгий, но прославлен церковью именно как Ярослав.

В домонгольской Руси произошло увеличение числа календарных имен, что было связано с отторжением древнерусских имен. Календарными имена являлись оттого, что в далеком прошлом были включены в церковные календари (святцы). После обряда крещения младенец получал то имя из календаря, которое было записано в святцах на день его рождения. История русских календарных имен отражает взаимодействие народного языка и языка церковнославянского – официального языка русской православной церкви. Мужских календарных имен значительно больше, чем женских. Причин такого явления две. Во-первых, в календари записывали главным образом имена служителей и хранителей веры. В числе таковых, как правило, были мужчины. Во-вторых, женщина в традиционном обществе занимала куда более скромное место, чем сегодня. Естественно, в календари попали имена лишь некоторых, посвятивших свою жизнь Богу. Это – Мария, принявшая имя Марин; Пелагия, назвавшая себя Пелагий; Анна, ставшая Евфимианом [Суперанская 2006: 52–53].

Третье вмешательство в именную систему зафиксировано в XVII веке, когда произошло редактирование церковных книг. Прекрасно освоенные русским языком формы имен были заменены иностранными, то есть опять возникли новые имена. К тому же стала применяться греческая орфография, что затрудняло восприятие имен. Это привело к тому, что приобретенный массив имен, освоенный народом, продолжал жить и развиваться по законам языка. Например, от календарного имени Ксения образовались разговорные Аксинья, Оксенья, Оксана; появились усеченные формы: Дрон от Андроник, Гур от Гурий и т.д. Во времена петровских реформ происходит разделение имен по социальному признаку. В высшем свете в разговорном варианте стала осущитима вестернизация имени: появились Николая, Жан, Нелли, Натали. Правда, официально продолжали оставаться русские наречения: Николай, Иван, Наталья. Вместе с тем, своеобразное табу было наложено на использование таких имен, как Варвара, Василиса, Архип, Кузьма, которые могли носить отныне только простолюдины.

В XVIII веке постепенно происходит развитие новой языковой категории – фамилии. В условиях бурного развития делопроизводства фамилия сделалась необходимой, чтобы присвоить человеку четкие координаты в обществе (продвигать по службе, брать подати и т.п.), более надежные и постоянные, чем давало прозвище. В отличие от прозвищ, фамилия – это официально закрепленные, юридически значимые именованные. Они не возникали и не исчезали по желанию человека. Фамилия не менялась в связи с изменением отношения к именуемому человеку или в связи с трансформацией его внешности. В первую очередь фамилии, точнее, родовые прозвания, появились у знатных людей, представителей «власть имущих» – князей, бояр, богатых купцов, дворян. Петр I повелел ввести в русский язык само слово «фамилия» и приказал время от времени проводить «ревизии», то есть переписи населения. Что касается людей «низкого звания», то переход фамилий из поколения в поколение был необязательным и до самого XX века нарушался множеством случайностей.

Четвертое вмешательство связано с революционными событиями начала XX века. Тогда создавалось очень много имен с идейным содержанием: Интерна, Пятывчет, Эдил, Ракета и т.д. Однако большинство этих новообразований не прижилось, поскольку после смены традиций, имена с превалирующим нарицательным значением перестали являться типичными для русского языка [Чирков 2018: 317]. Таким образом, произошло возвращение к старому фонду русских имен. Имена воспринимали материально, как неотъемлемую часть человека. Самобытные имена раскрывают богатство русского народного языка, показывают широту фантазии, наблюдательность и сметливость русского человека.

Привычное для нас именование людей по формуле – фамилия, имя, отчество – было введено в начале XVIII века. Тогда же были согласованы списки имен, которые можно выбрать для ребенка; появились псевдонимы. По сложившейся уже традиции, в первые годы после Октябрьской революции основной массе рождавшихся давали старые имена, а вот после окончания гражданской войны произошли перемены в самом обществе – реже стали устраивать церковные обряды, осуществляли положенную государственную регистрацию новорожденных. Носителями новой культуры были преимущественно комсомольцы и другие активисты из молодежной среды [Чирков 2019: 323]. Спустя некоторое время многие православные традиции были подвергнуты осмеянию, значительное число храмов было разрушено, место религиозных праздников заняли светские [Якунин 1995: 14]. Сообразно новым праздникам и стремительно развивающемуся в то время техническому

прогрессу были очень популярны такие имена как Электрификация, Индустриализация, Электрон, Протон. До сих пор популярно имя Владен, образованное от «Владимир Ленин» или Вилен – от «Владимир Ильич Ленин» и т. д. Хотя многие просто не догадываются о происхождения этих имен. В советское время было популярно образовывать новые имена, отражающие события в стране. Это были очень необычные имена, которые носили в основном девочки: Идея, Октябрина, Искра. Однако некоторые имена настолько понравились обществу, что они существуют и по сей день: Лилия, Нинель («Ленин» наоборот), Тимур, Spartak и т. д.

В настоящее время список современных имен очень обширный, хотя исконно русских среди них осталось немного. Основная масса имен в этом именованье имеет происхождение от древних языков: греческого, германского, египетского и многих других. Русский именной словарь насчитывает более 3000 мужских и женских имен, однако активно используется очень малая его часть. Изменения, произошедшие и происходящие во всех сферах жизни нашего общества за последние годы, коснулись и такого сугубо личного внутрисемейного вопроса, как выбор имени для ребенка. По статистике, количество используемых имен на протяжении последних лет выросло почти в 3 раза, что свидетельствует о более индивидуальном подходе к выбору имени. Отмечено возвращение и широкое распространение забытых, исконно русских мужских и женских имен. Это свидетельствует о росте национального самосознания, возрождении народного интереса к своим корням, к отечественной истории.

В то же время, в XX веке возникло новое, динамично развивающееся явление современного общества, Интернет. Развитие Интернета как новой сферы общения обусловило появление и использование нового вида имени – никнейма. Сегодня никнейм в Интернете, наверное, важнее имени и фамилии из реальной жизни. Кроме того, ник может быть намного более уникальным, чем официальная фамилия, имя и отчество. Никнейм является «лицом» в сети, которое при желании может отражать сущность, стремления, характер или интересы личности.

Итак, подводя итоги, отметим следующее: имена собственные обладают яркой национально-культурной семантикой [Ермолович 2005: 3], поскольку их значения происходят от истории и культуры народа – носителя языка. В именах отражаются генетические, исторические и культурные особенности формирования этноса, его художественное наследие. Знание имен, фамилий позволяет расширить наши представления о прошлом, осознать нерасторжимую связь между языком и народом. Таким образом, имена собственные, отразившие традиционные представления, верования, знания народа об окружающем мире, его богатый жизненный опыт, являются ярким показателем истории национальной и общечеловеческой культуры.

#### Библиография

- Ермолович Д.И. Имена собственные: теория и практика межъязыковой передачи. – М.: Валент, 2005. – 416 с.
- Мадиева Г.Б. Имя собственное в контексте межкультурной коммуникации / Г.Б. Мадиева, Р.А. Авакова // Вестник Казахского национального университета. – 2001. – № 16 (50). – С. 118–121.
- Никитин М.В. Основания когнитивной семантики. – СПб.: Российский государственный педагогический университет, 2003. – 277 с.
- Степанов Ю.С. Французская стилистика в сравнении с русской. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – 359 с.
- Суперанская А.В. Словарь русских личных имен. – М.: Эксмо, 2006. – 544 с.
- Чирков М.С. Массовое крестьянское сознание в период революции и гражданской войны (1917–1922 гг.) // Социально-политические кризисы в истории России. Материалы Всероссийской научной конференции. Шадринск: Шадринский государственный педагогический университет, 2018. – С. 182–186.
- Чирков М.С. Религия в условиях модернизации традиционного общества: православие в русской деревне 1920-х годов // Традиционные общества: неизвестное прошлое. Материалы XIV Международной научно-практической конференции. Челябинск: Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет, 2019. – С. 319–325.
- Якунин В.Н. Русская Православная церковь в годы Великой Отечественной войны // Московский журнал. История государства Российского, 1995. № 1. – С. 14–21.



Раздел III. Языковые аспекты лингвориторической парадигмы

Part Three. Language Aspects of Linguistic & Rhetorical Paradigm

Стратегии идентификации темпоральных идиом в индивидуальном лексиконе билингва

Залипаева Жанна Павловна

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, Россия  
241036, г. Брянск, ул. Бежицкая, 14  
старший преподаватель  
E-mail: zhanzalp@gmail.com

**Аннотация.** В статье говорится о различных стратегиях идентификации идиом с темпоральным значением в сознании билингва, владеющего русским и французским языками, приводятся первые результаты анализа экспериментального исследования, проведенного с русскоязычными и франкоговорящими студентами 1–5 курсов факультета иностранных языков. Идентификация темпоральных идиом рассматривается как процесс, осуществляющийся на разных уровнях переработки информации с применением различных способов понимания индивидом мира.

**Ключевые слова:** идиома, темпоральное значение, индивидуальный лексикон, билингвы, ассоциативный эксперимент, психолингвистика.

УДК 81'246.2

Strategies of identifying temporal idioms in a bilingual's individual vocabulary

Zhanna P. Zalipaeva

Bryansk State University named after Academician I.G. Petrovsky, Russia  
241036 Bryansk, Bezhitskaya Str., 14  
Senior Teacher  
E-mail: zhanzalp@gmail.com

**Abstract.** The article discusses different strategies of identifying idioms with temporal meaning in the consciousness of a bilingual with a good command of both Russian and French as well as presents the results of experimental research with the Russian-speaking and francophone undergraduates of the faculty of foreign languages. The identification of temporal idioms is defined as the processing of information on different levels with application of diverse methods of an individual's understanding of the world.

**Keywords:** idiom, temporal meaning, individual vocabulary, bilinguals, associative experiment, psycholinguistics.

UDC 81'246.2

**Введение.** Идентификация темпоральных идиом относится к обязательным компонентам их функционирования в индивидуальном лексиконе. Идентификация связана с процессом понимания посредством моделирования операций и механизмов, ведущих к перцептивному восприятию, поиску в памяти и решению когнитивных задач [Сазонова 2000: 7]. В качестве рабочего определения понятия **стратегия** мы будем использовать следующую дефиницию: стратегия – «некая последовательность навыков, используемая для достижения цели» [Арзамасцева 2014: 91]. Мы рассматриваем субъективные дефиниции, традиционно опираясь на формальную (лингвистическую) и содержательную (смысловую) сторону. Основные идентификационные средства идиом существенно отличаются от аналогичных средств, отражающих особенности функционирования в индивидуальном лексиконе свободных лексических единиц. Исследователи выделяют универсальные стратегии идентификации и стратегии, специфические для фразеологических единиц [Залевская 2007; Шумилина 1996, 1997]. Идентификация также зависит от разной степени идиоматизированности и лингвокультурных особенностей [Арзамасцева 2014].

К универсальным стратегиям опознания слова индивидом, по А.А. Залевской, относятся: 1) соотнесение с близкой по значению единицей лексикона (симиларом); 2) отнесение к классу (подведение под более общее понятие – суперординату); 3) иллюстрирование примером; 4) уточнение через атрибут; 5) противопоставление; 6) уточнение через субъект / объект; 7) уточнение через адвербальную характеристику [Залевская 1981]. О.С. Шумилина рассматривает этот набор стратегий применительно к фразеологическим единицам английского языка, дополняя их и выделяя, помимо названных, идентификационные стратегии, специфические для фразеологии: 1) контекстуальная субституция; 2) идентификация от противного; 3) десимволизация; 4) межъязыковая координация; 5) компонентное членение; 6) компонентная замена; 7) буквализация значения [Шумилина 1997].

Опираясь на исследования предшественников, в нашей работе мы уделим внимание особенностям идентификации идиом билингвами, акцентируясь на представлении испытуемых (далее – ии.) о темпоральности на примере русских и французских идиом.

**Материалы и методы.** Одной из целей нашего исследования ставилось изучение темпоральных ассоциаций в сознании и речи обучающихся билингвов. Предполагается, что знание нескольких языков (например, двух или более) может оказывать влияние на эти связи и их соотношение в индивидуальном лексиконе человека. Наша гипотеза состоит в том, что идиомы, значение которых связано с временем – важнейшей категорией в жизни человека, активизируют в сознании носителя языка фрагменты особых ментальных структур, получающих репрезентацию в языке через функционирование темпоральных значений в индивидуальном лексиконе человека. Задача нашего исследования – выявить лингвистические и экстралингвистические критерии функционирования русских и французских идиом со значением времени в индивидуальном лексиконе обучающегося билингва. Для выполнения этой задачи был выбран ассоциативный эксперимент.

Эксперимент проводился очно, в группах различной наполняемости (от 8 до 29 человек), письменно. Каждый испытуемый получил комплект отпечатанных бланков, включающий список из идиом с темпоральным значением. В бланке 1 было указано 5 французских темпоральных идиом, в бланке 2 – 8, в бланке 3 – 10, в бланке 4 – 13; общее количество темпоральных идиом – 36. Идиомы были отобраны методом сплошной выборки из авторитетных лексикографических источников [Гак, Ганшина 2006; Кумлева 2011], основной критерий выбора – наличие общей темпоральной семантики, что выявлялось по словарной дефиниции методом компонентного анализа, либо компонентов идиомы со значением времени. Отметим, что отобранные идиомы впервые рассматриваются в аспекте их функционирования в индивидуальном лексиконе билингва. Они, однако, хорошо знакомы носителям русского и французского языков, поскольку активно употребляются в разговорной и художественной речи, а также в учебниках и справочных изданиях по фразеологии.

В ходе проведения эксперимента ии. было предложено ответить на вопрос: «Что, по Вашему мнению, означают указанные ниже выражения?».

В качестве ии. выступили студенты 1–5 курсов факультета иностранных языков Брянского государственного университета им. акад. И.Г. Петровского, изучающие иностранный язык в качестве основной специальности, и носители французского языка Африки, изучающие русский язык; в общей сложности 137 человек. Время выполнения заданий не ограничивалось. На обоих этапах эксперимента общение друг с другом исключалось, запрещалось пользоваться словарями и телефонами и обсуждать ответы в аудитории. Эксперимент проводился анонимно. Язык реакции в эксперименте не ограничивался.

По окончании эксперимента было зарегистрировано 1 148 субъективных дефиниций.

**Обсуждение.** В ходе анализа результатов работы с идиомами можно назвать следующие стратегии, используемые ии. при идентификации темпоральных идиом.

#### Универсальные стратегии идентификации

1. *Мотивирующая стратегия* – в субъективной дефиниции содержится какой-либо компонент исходной темпоральной идиомы или слова одного с ним корня. Как известно, идиомы, в частности фразеологические единства, отличаются высокой метафоричностью, вследствие чего набор их компонентов, обобщаясь, приобретает особое фразеологическое значение *Au temps où Berthe filait* – ‘в незапамятные времена, при царе Горохе’, букв. *время, когда королева Берта пряла пряжу (8 в.)*. При анализе результатов мы учитывали эти две стороны фразеологической единицы и включали в данный вид стратегии субъективные дефиниции с упоминанием буквальных компонентов и компонентов непосредственно фразеологического значения. Примеры подобных единиц (здесь и далее цифры в скобках означают количество реакций ии. на предложенную идиому): *A demain les affaires sérieuses* (‘не откладывай назавтра то, что можешь сделать сегодня’, букв. *на завтра серьезные вещи*) – оставлять назавтра (1); завтра все будет серьезней (5); *Au temps où Berthe filait* (‘в незапамятные времена, при царе Горохе’, букв. *время, когда королева Берта пряла пряжу (8 век)*) – погода, когда Берта (3).

Наиболее частотными являются субъективные дефиниции, включающие в свой состав субстантивный компонент исходной темпоральной идиомы: *L'âge ingrat* (‘переходный возраст’) – переходный возраст (7); неблагоприятный возраст (4); трудный возраст (2); преклонный возраст (2); игривый возраст (1); пубертатный возраст (1); противоречивый возраст (1); *Mangeur de temps* (‘докучливый человек, из-за которого теряешь время’) – тратящий время впустую (14); время летит вспять (1); время еды (1); то, что занимает много времени (1); *Du temps qu'on se touchait sur la manche* (‘в доброе старое время; в былые времена’, букв. *время, когда сморкались в рукав*) – утекающее время (12); во времена далекие, когда вытирались рукавом (1); потерянное время (1).

На втором месте находятся субъективные дефиниции, включающие в свой состав адъективный компонент исходной темпоральной идиомы: *Age d'or* (‘золотой век’) – золотой век (11); золотой возраст (1); золотое время (1); *De vieille souche* (‘быть старой закалки’) – из старого рода (9); старый пень (4); взялся за старое (1). В последнем случае мы видим субстантивацию прилагательного, что позволяет говорить о стремлении дефиниции, построенной на адъективном компоненте, к общей статистической закономерности, выявленной в этой части эксперимента.

На третье место можно поставить субъективные дефиниции, включающие в свой состав адвербиальный компонент, связанный с исходной темпоральной идиомой: *La nuit, tous les chats sont gris* (‘ночью все кошки серы’) – ночью все на одно лицо (1); ночью все одинаковые (1); ночью все равны (1); ночью так темно, что ничего не различить (1); *Aujourd'hui en chère et demain en bière* (‘сегодня густо, а завтра пусто; сегодня жив, а завтра жил’, букв. *сегодня с хорошей едой, а завтра в гробу*) – сегодня хорошо, а завтра лучше (11); сегодня

богат, завтра беден (1); сегодня все, завтра ничего (1); сегодня пировать, а потом экономить (1); сегодня работа, а завтра отдых (1).

Субъективные дефиниции, включающие в свой состав глагольный компонент исходной темпоральной идиомы, являются наименее частотными: *Faire la grasse matinée* ('проспать целое утро; долго валяться, нежиться в постели по утрам' (разг.), букв. *делать жирное утро*) – долго спать (1); плотно поспать с утра (1); спать допоздна (1); *Être tendance* ('быть в русле современных тенденций') – быть в моде (5); быть в тенденции (1); быть в тренде (1).

Такой формальный подход реализуется не во всех случаях: в субъективной дефиниции некоторых идиом он отсутствует вовсе, – однако он позволяет предположить, что функционирование темпоральных идиом в индивидуальном лексиконе человека опирается в первую очередь на предметность понятий и их признаковую, а не на процессуальность.

2. *Прямая дефиниция* – субъективная дефиниция дается посредством подбора сочетания слов с буквальным значением, соответствующим темпоральной идиоме: *À Pâques ou à la Trinité* – от Пасхи до Троицы (2); *Mangeur de temps* – пожиратель (поглотитель) времени (6); *À l'aube* – на рассвете (6).

Необходимо заметить, что у носителей французского языка Африки эта стратегия не оказалась самой актуальной: они большей частью стремились придерживаться в дефинировании рамок, обозначенных такими признаками идиомы, как образность, семантическая слитность и мотивированность значения.

3. *Категоризация* – субъективная дефиниция темпоральной идиомы дается через глагол-идентификатор. Мы уже предположили, что отношения процессуальности при функционировании темпоральных идиом отодвигаются на второй план, и стратегия категоризации это подтверждает: дефиниции-глаголы были использованы для 7 идиом из экспериментального списка: *Mener tambour battant* (а. 'действовать быстро, энергично, не давая кому-л. опомниться'; б. 'делать что-л. открыто, на глазах у всех (разг.)') – созывать (1); *Mettre sous le coude* ('положить под сукно' (разг.)) – спрятать (1); *L'appétit vient en mangeant* ('аппетит приходит во время еды') – *S'habituer* ('привыкать') (2); *La nuit, tous les chats sont gris* ('утро вечера мудренее') – *Réfléchir* ('размышлять') (2); *Faire la grasse matinée* ('проспать целое утро; долго валяться, нежиться в постели по утрам' (разг.), букв. *делать жирное утро*) – выспаться (1); лениться (1); понежиться (1); поспать (1); *Entre chien et loup* ('в сумерках', букв. *между собакой и волком*) – входить (1); *Faire de la bouillie pour les chats* ('попусту тратить время, зря стараться', букв. *варить кашу для кошек*) – угрожать кому-либо (1).

4. *Стратегия конкретизации через синоним / симиляр* – субъективная дефиниция темпоральной идиомы строится через подбор синонима-узуального фразеологизма без авторской трансформации: *Passer l'éponge* (а. 'стереть (написанное, нарисованное)'; б. 'предать забвению, забыть, простить') – кто старое помянет, тому и глаз вон (3); *Être tendance* ('быть в русле современных тенденций') – быть в моде (5); идти в ногу со временем (1); *Passer à la trappe* ('быть вычеркнутым из памяти') – кануть в небытие (3).

Трансформация идиомы в рамках этого типа стратегии была незначительной. Мы можем выделить следующие ее разновидности;

1) синонимическая замена компонента, близкая лексической вариантности фразеологизма: *Dans l'antiquité* ('в древности', перен. 'в стародавние времена') – в древние времена (1); *Au temps où Berthe filait* ('в незапамятные времена, при царе Горохе', букв. *время, когда королева Берта пряла пряжу (8 век)*) – в старые времена (1); в то время (1);

2) замена компонента на однокоренное слово: *Le vie est le médecin de la mélancolie* ('время лучший лекарь', букв. *жизнь – это врач меланхолии*) – время – лучшее лекарство (1);

3) исключение глагола из структуры дефиниции: *De vieille souche* ('быть старой закалки') – старой закалки (4); *Tourner à la vieille fille* ('превращаться в старую деву') – старая дева (10).

В единичном случае синоним дополняется культурологическим пояснением: *L'appétit vient en mangeant* ('аппетит приходит во время еды') – François Rablais «Patagruel» – *la sois va en buvant* ('Франсуа Рабле «Пантагрюэль» – жажда приходит, когда пьешь').

5. *Метафоризация* – создание окказиональной или воспроизведение узуальной метафоры, в структуре которой используются лексемы в различных типах переносного значения: *L'appétit vient en mangeant* ('аппетит приходит во время еды') – *C'est à force de forger on devient forgeron* ('дело делу учит') (1); *Tous les jours de chasse ne sont pas les jours de prise* ('не все коту масленица, будет и великий пост', букв. *все дни охоты не всегда дни добычи*) – и падения, и взлеты (1); *La nuit porte conseil* ('утро вечера мудренее', букв. *ночь приносит совет*) – ночь открывает двери советам (2).

Некоторые метафоры представляют собой видоизмененную исходную идиому с заменой одного из компонентов: *Le vie est le médecin de la mélancolie* ('время лучший лекарь', букв. *жизнь – это врач меланхолии*) – время лечит (2); *Age d'or* ('золотой век') – золотое время (1).

6. *Идентификация значения через объект* может быть представлена следующими примерами: *Faire de la bouillie pour les chats* ('попусту тратить время, зря стараться', букв. *варить кашу для кошек*) – *Quelque chose qui n'aura pas d'utilité* ('что-то, что никогда не будет полезным (нужным)') (1); *Dans l'antiquité* ('в стародавние времена', букв. *в древности*) – что-то старое (1); *Tous les jours de chasse ne sont pas les jours de prise* ('не все коту масленица, будет и великий пост', букв. *все дни охоты не всегда дни добычи*) – что-то может не получиться, даже после долгой работы (1).

По нашим наблюдениям, такая дефиниция встречается шесть раз, причем два из них отражает понимание семантики идиомы, отличное от лексикографического.

7. *Приписывание признака действию или понятию, обозначаемому темпоральной идиомой*. В субъективных дефинициях подобного плана используются признаковые слова, в частности наречия. Например: *Faire la*

*grasse matinée* ('проспать целое утро; долго валяться, нежиться в постели по утрам' (разг.), букв. *делать жирное утро*) – подниматься поздно (1); спать допоздна (1); медленно вставать (1); медленно просыпаться (1); *Se lever tard dans la matinée ou après l'heure habituelle* ('вставать поздно утром, не в привычное время') (1); *Se lever tard dans la matinée* ('вставать поздно утром') (1); *Mener tambour battant* (а. 'действовать быстро, энергично, не давая кому-л. опомниться'; б. 'делать что-л. открыто, на глазах у всех' (разг.)) – быстро делать что-л. (2).

8. *Иллюстрация примером* используется в тех случаях, когда ии. испытывают трудности с вербализацией значения идиомы и обращаются к описанию ситуации, где она может использоваться. Такая дефиниция не является актуальной, она встречается только один раз в реакции студента, для которого родным языком является французский Африки: *Du temps qu'on se touchait sur la manche* ('в доброе старое время; в былые времена', букв. *время, когда сморкались в рукав*) – *quand nous enfants* ('когда мы были детьми').

9. *Стратегия отказа от дефиниции* реализовывалась в тех случаях, когда идиома оказывалась незнакомой ии., что составило 138 случаев у 95 ии. при работе со списком из 25 идиом (6%). Наибольшее затруднение вызвала идиома *Du temps qu'on se touchait sur la manche* ('в доброе старое время; в былые времена', букв. *время, когда сморкались в рукав*) – 24 случая.

#### Стратегии, характерные для идиом

1. *Десимволизация* предполагает обращение ии. к субъективным дефинициям, которые представляют собою лексемы или их сочетания, относящиеся к семантическому полю, в ядро которого входит темпоральная идиома. В нашем случае реакции были большей частью связаны с тематическими группами, касающимися различных сторон представленных в списке идиом:

а) формальная сторона, когда дефиниция ассоциативно связана с компонентами идиомы и затрагивает буквальное значение: *L'appétit vient en mangeant* ('аппетит приходит во время еды') – *La cuisine* ('кухня') (1); *Le goût* ('вкус') (1); буфет (1); вкус (1); ресторан (1); сидеть на диете (1); спагетти (1); сыр (1) (дефиниции обусловлены компонентом идиомы *еда*); *La nuit, tous les chats sont gris* ('ночью все кошки серы') – *L'obscurité* ('сумрак', 'темнота') (1) (дефиниция обусловлена компонентом *ночью*); *À l'aube* (букв. 'на рассвете', перен. 'на пороге') – *Le soleil* ('солнце') (1) (дефиниция обусловлена компонентом *рассвет*); *À Pâques ou à la Trinité* (букв. 'на Пасху или на Троицу', перен. 'никогда; после дождика в четверг') – *Jésus Christ* ('Иисус Христос') (1) (дефиниция обусловлена компонентами-мифонимами);

б) содержательная сторона, когда дефиниция затрагивает фразеологическое значение: *La nuit porte conseil* ('утро вечера мудренее') – *méditation* ('медитация') (1) (дефиниция обусловлена значением 'лучше отложить что-л. до утра следующего дня (так как решение на свежую голову правильное, разумнее)' [Словарь многих выражений 2014]); *A demain les affaires sérieuses* ('не откладывай назавтра то, что можешь сделать сегодня', букв. *на завтра серьёзные вещи*) – лень (1) (дефиниция обусловлена значением 'следует преодолеть лень и сделать работу сразу' [Белянин, Бутенко 1994]);

в) сторона, связанная с сугубо индивидуальным ассоциативным рядом индивида: *La nuit, tous les chats sont gris* ('ночью все кошки серы') – *Un film* ('фильм') (1); *Dans l'antiquité* ('в стародавние времена', букв. *в древности*) – *La philosophie* ('философия') (1); *Gaulois* ('галлы') (1); статуя (1); тайна (1); фильмы (1).

2. *Стратегия конкретизации через синоним-лексему* связана с подбором субъективной дефиниции через синонимичное фразеологическому значению слово. Эта стратегия особенно интересна в рамках нашего исследования, поскольку одним из ведущих признаков идиомы является ее эквивалентность слову. Ии. обращались к этой стратегии довольно часто, что говорит о специфике функционирования идиом в индивидуальном лексиконе человека в связи с особенностями их природы: *À l'aube* ('на пороге', букв. *на рассвете*) – *Au commencement* ('в начале') (2); рано (4); утро (4); *La nuit, tous les chats sont gris* ('ночью все кошки серы') – сумрак (4).

Дефиниция, не отражающая верное понимание значения идиомы, возможна при непонимании ее семантики в том случае, когда фразеологизм не знаком ии., в таком случае осуществляется ее дефинирование с опорой на корреляты-буквализмы.

Рассмотрим некоторые примеры.

*Du temps qu'on se touchait sur la manche* ('в доброе старое время; в былые времена', букв. *время, когда сморкались в рукав*) – *maladroitement* ('неловко, неумело') (1); *stupidement* ('глупо') (1). Такие дефиниции, возможно, отражают причинно-следственные связи с опорой на буквальное значение: сморкаться в рукав – это неверно, неправильно, не отражает правил поведения.

*Entre chien et loup* ('в сумерках', букв. *между собакой и волком*) – злой (1). Полагаем, в этом случае вербальной опорой для субъективной дефиниции так же, как и в предшествующем случае, служит коррелят-буквализм: анимализм *волк* в русском языковом сознании наделяется отрицательной коннотацией.

*À Pâques ou à la Trinité* ('никогда; после дождика в четверг', букв. *на Пасху или на Троицу*) – *un jour peut-être* ('когда-нибудь, может быть') (1). Абсолютное отрицание реализации какого-либо действия в лексикографическом значении идиомы заменяется в субъективной дефиниции его возможностью в неизвестном будущем.

3. *Межъязыковая координация*, при которой в процессе дефинирования подбирается фразеологизм-эквивалент, верно или ошибочно репрезентирующий значение предложенной идиомы.

Примеры верного дефинирования связаны в первую очередь с переводом идиомы с французского языка на русский, и не буквальным, а с учетом фразеологического переосмысленного значения: *Age d'or* ('золотой век') – золотой век (11); *Retomber en enfance* ('впасть в детство') – впасть в детство (20); *L'appétit vient en mangeant* ('аппетит приходит во время еды') – аппетит приходит во время еды (7); *La nuit porte conseil* ('утро вечера мудренее', 'хвали утро вечером') – утро вечера мудренее (1); *Quand les poules auront des dents* ('когда

рак <на горе> свистнет') – когда рак на горе свистнет (22); *Le temps, c'est de l'argent* ('время – деньги') – время – деньги (20). Точная идентификация некоторых идиом, возможно, связана с тем, что они представляют собою кальки.

Выбор эквивалента может сопровождаться трансформацией структуры и состава исходной идиомы. Это может быть изменение предлога: *L'appétit vient en mangeant* ('аппетит приходит во время еды') – аппетит приходит до еды (1); или замена грамматической формы одного из компонентов, например, прилагательного: *La nuit, tous les chats sont gris* ('ночью все кошки серы') – ночью все кошки серые (3).

В отдельных случаях дефиниция может включать в себя подробное объяснение, касающееся и буквально-го значения идиомы, и фразеологического: *Entre chien et loup* ('в сумерках', букв. *между собакой и волком*) – qu'on a du mal à distinguer un chien d'un loup (à la tombée du jour) ('когда сложно отличить собаку от волка (с наступлением сумерек)') (1); *Ne pas avoir le temps de compter jusqu'à trois* ('быстро; глазом не успел моргнуть', букв. *не иметь времени сосчитать до трех*) – не успеешь и до трех досчитать (1); не успеть сосчитать до трех (1), где *не успеешь* и *не успеть* репрезентируют тему фразеологического значения 'быстро', а компоненты *до трёх сосчитать* и *сосчитать до трёх* отражают буквальное значение.

4. *Идентификация через дефиницию, не являющуюся фразеологизмом.* Это дефиниция, либо наиболее приближенная к словарной, либо с опущенными ии. семемами и семами, либо «сжатая» до одного слова-компонента идиомы. Можно предположить, что такое дефинирование связано с принципом языковой экономии, характерным для разговорной речи, а также с тем, что в индивидуальном лексиконе человека значение идиомы может храниться, отражая общее представление об устойчивом сочетании, в некоторых случаях, сокращаясь до одного ключевого понятия.

Примеры реализации такой стратегии: *Être tendance* ('быть в русле современных тенденций') – быть в моде (5) (полная дефиниция); быть в тенденции (1) (выпадение нескольких сем из дефиниции); тенденция (3) (сокращение до одного ключевого слова в дефиниции); *Tourner à la vieille fille* ('превращаться в старую деву') – старая дева (10) (происходит выпадение процессуальной семы); *La nuit porte conseil* ('утро принесет совет') – réfléchir à tête reposée pour trouver une solution ('размышлять на отдохнувшую голову, чтобы принять правильное решение') (1); *La nuit, tous les chats sont gris* ('ночью все кошки серы') – Tout est pareil ('все одинаковое') (1).

Субъективная дефиниция, помимо приближенной к верной трактовке, может передавать субъективное отношение к понятию, репрезентированному данным фразеологизмом через оценочное слово: *Faire la grasse matinée* ('проспать целое утро; долго валяться, нежиться в постели по утрам' (разг.)), букв. *делать жирное утро*) – медленно вставать (1); медленно просыпаться (1); устроить хорошее утро (1). В последней дефиниции находит реализацию субъективное отношение к понятию, выраженному фразеологическим значением (выспаться, долго валяться в постели – это хорошо).

5. *Идентификация через субъективное отношение индивида к понятию, репрезентируемому идиомой.* Эта стратегия была выделена с опорой на типологию М. Патсиса, который говорил об использовании «экспрессивных выражений по принципу близости к самому себе как личности» [Патсис 2004: 95]. Дефиниции такого плана связаны с отражением собственного мнения ии. по поводу буквального или фразеологического значения, вместо точного определения понятия: *À Pâques ou à la Trinité* ('никогда; после дожидка в четверг', букв. *на Пасху или на Троицу*) – en effets, les dates de la Pâques ou de la Trinité sont connus ('на самом деле, даты Пасхи и Троицы хорошо известны'); *Tous les jours de chasse ne sont pas les jours de prise* ('не все коту масленица, будет и великий пост', букв. *все дни охоты не всегда дни добычи*) – ce n'est pas toujours qu'on peut avoir qch ('не каждый день можно что-то получить, чего-то добиться') (1); *La nuit porte conseil* ('утро вечера мудренее', 'хвали утро вечером') – Pas toujours (не всегда) (1); *La nuit, tous les chats sont gris* ('ночью все кошки серы') – правда (1); смотря какая ночь (1); *L'appétit vient en mangeant* ('аппетит приходит во время еды') – это неправда (1).

Необходимо отметить, что в ряде случаев классификация стратегий субъективных дефиниций была связана для нас с определенными трудностями, что можно объяснить многоплановостью идиомы: с учётом ее структуры, возможной трансформации, буквального и фразеологического значения. В этом случае мы придерживались принципов когнитивной интерпретации З.Д. Поповой и И.А. Стернина, опирающейся на логический, вероятностный критерий, принцип аналогии и дополнительной верификации ассоциативной связи [Попова, Стернин 2007: 268]. Кроме того, некоторые субъективные дефиниции могли совмещать несколько стратегий, что тоже учитывалось при подсчете результатов.

Полученные в ходе исследования данные представлены в таблице (см. Табл. 1), где отражены стратегии идентификации темпоральных идиом, используемые билингвами-носителями русского языка (БР) и билингвами-носителями французского языка Африки (БФА) в ходе проведения данного экспериментального исследования.

**Заключение.** Как показывает статистика, при процессе дефинирования наиболее актуальными являются стратегии, характерные для идиом, что обусловлено природой фразеологизма. В числе универсальных стратегий идентификации у билингвов-носителей французского языка Африки самой частотной можно назвать отказ от дефиниции, что большей частью объясняется незнанием идиом из предложенного списка. У билингвов-носителей русского языка эта стратегия представлена почти вдвое реже, можно предположить, что носители французского языка знакомы с этими идиомами, используют их в речи. Наибольшее расхождение результатов у носителей русского и французского языка наблюдается при идентификации посредством прямой дефиниции, конкретизации через синоним / симиляр и метафоризации: больший процент дефиниций принадлежит билингвам-носителям русского языка. Мы объясняем это тем, что представленные для анализа идиомы не относятся

к родному языку, следовательно, не входят в индивидуальный лексикон в своем исходном виде, а требуют определенного механизма переработки.

Таблица 1

## Стратегии идентификации темпоральных идиом в процентном соотношении

Универсальные стратегии идентификации	БР (297 реакций)	БФА (229 реакций)
Мотивирующая стратегия	15%	13%
Прямая дефиниция	6%	0,9%
Категоризация	5%	1,3%
Конкретизация через синоним / симиляр	4,8%	0,4%
Метафоризация	3%	0,4%
Идентификации значения через объект	0,7%	2,1%
Приписывание признака действию или понятию	2%	3%
Иллюстрация примером	0%	0,4%
Отказ от дефиниции	26%	11%
<b>Стратегии, характерные для идиом</b>		
Десимволизация	9%	4%
Конкретизация через синоним-лексема	5%	4%
Межъязыковая координация	54%	3%
Идентификация через дефиницию, не являющуюся фразеологизмом	9%	33%
Идентификация через субъективное отношение индивида к понятию, репрезентируемому идиомой	0,7%	2,1%

Этой же причиной, как нам думается, можно объяснить значительное расхождение в обращении к межъязыковой координации и идентификации через дефиницию, не являющуюся фразеологизмом, в числе стратегий, специфических для идиом: если билингвы – носители русского языка стремятся подобрать идиоматический эквивалент, то билингвы – носители французского языка Африки при работе с французскими фразеологизмами, входящими в их родной язык, большей частью обращаются не к подбору русского синонима, а к объяснению его значения через свободные словосочетания.

## Библиография

- Арзамасцева Н.Ю. Специфика функционирования фразеологических единиц в индивидуальном лексиконе (экспериментальное исследование): Дисс. ... канд. филол. наук. – Курск, 2014. – 211 с.
- Белянин В.П., Бутенко И.А. Словарь разговорных выражений. – М., 1994. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://livespeak.academic.ru/>
- Гак В.Г., Ганшина К.А. Новый французско-русский словарь. – М.: Русский язык, 2006. – 1150 с.
- Залевская А.А. Введение в психолингвистику. – М.: Российск. гос. гуманит. ун-т, 2007. – 558 с.
- Залевская А.А. О комплексном подходе к исследованию закономерностей функционирования языкового механизма человека // Психолингвистические исследования в области лексики и фонетики. – Калинин: КГУ, 1981. – С. 28–45.
- Кумлева Т.М. Самая современная фразеология французского языка. – М.: АСТ, 2011. – 182 с.
- Патсис М. Специфика ассоциативного поля слова в греческом языке // Вопросы психолингвистики, 2004. – №2. – С. 91–98.
- Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. – 314 с.
- Сазонова Т.Ю. Моделирование процессов идентификации слова человеком: Психолингвистический подход. – Тверь: ТвГУ, 2000. – 134 с.
- Словарь многих выражений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://all\\_words.academic.ru](http://all_words.academic.ru)
- Шумилина О.С. Модели переработки идиом носителями языка и их экспериментальная проверка // Актуальные проблемы психолингвистики: Слово и текст. – Тверь: ТвГУ, 1996. – С. 43–51.
- Шумилина О.С. Стратегии идентификации иноязычных фразеологических единиц: На материале английского глагола, фразеологизмов с соматическими компонентами: Дисс. ... канд. филол. наук. – Тверь, 1997. – 173 с.

**Буквы дореформенной графики в различных институциональных видах дискурса трёх последних десятилетий**

Каверина Валерия Витальевна

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Россия  
119991, Москва, ул. Ленинские Горы, 1  
доктор филологических наук  
E-mail: kaverina1@yandex.ru

**Аннотация.** В статье рассмотрена концептуальная роль элементов старого письма в художественном дискурсе на пересечении с дискурсом политическим. Это одна из многочисленных точек соприкосновения художественного и политического дискурсов, пример прямой интеграции разнородных дискурсивных элементов, свидетельствующий об их потенциале к слиянию в синтетический тип дискурса. В результате анализа произведений художественной литературы, в которых используются образы букв дореформенного письма, автор приходит к выводу о формировании на их основе символов-концептов, отсылающих читателя к дореволюционному идеалу высшей духовности.

**Ключевые слова:** элементы дореформенной орфографии; художественный и политический дискурс; новая жизнь старых букв.

УДК 76.03

**Letters of pre-reform graphics in various institutional discourse of the last three decades**

Valeria V. Kaverina

Moscow State University named after M.V. Lomonosov, Russia  
119991, Moscow, Lenin Hills, 1  
Doctor of Sciences (Philology)  
E-mail: kaverina1@yandex.ru

**Abstract.** The article discusses the conceptual role of the elements of old writing at the intersection of literary and political discourses. This is one of many points of contact between these two types of discourse, an example of a direct integration of heterogeneous discursive elements, indicating their potential to merge into a synthetic type of discourse. As a result of the analysis of works of fiction employing pre-reform letters, the author comes to the conclusion that they indicate symbolic concepts referring the reader to the pre-revolutionary ideal of highest spirituality.

**Keywords:** elements of pre-reform spelling; literary and political discourse; new life of old letters.

UDC 76.03

**Введение.** Наивные представления об идеологической нагрузке буквенных знаков существовали в разные исторические эпохи. В центре нашего внимания постсоветский период, когда возродился интерес к дореформенной орфографии, в разное время сакрализованной и неразрывно связанной с идеями православия и монархии.

**Материалы и методы.** Говоря о методах исследования, в первую очередь вспомним «три группы универсальных ЛР параметров: этосно-мотивационнодиспозитивные, логосно-тезаурусно-инвентивные, пафосно-вербальнолокутивные. Они объективно характеризуют речемыслительные феномены разного уровня на материале дискурс-практик и дискурс-ансамблей различных типов дискурса: общественно-политического, массмедийного, гносеологически ориентированного (научный, религиозный, эзотерический), литературно-художественного и др. – в общей системе дискурсивных процессов полиэтносоциокультурно-образовательного пространства» [Ворожбитова 2019: 18; 2013]. Формируют методологический комплекс общенаучные и частнонаучные методы, в частности анализа и синтеза, статистического анализа, обработки и систематизации знаний, моделирования ситуации, аналогии, наблюдения, описания, формализации, обобщения, дискурс-анализа и др. Старые буквы будут рассмотрены нами в рамках «концепции ЛР парадигмы в филологической науке на материале различных типов дискурса: научного, эзотерического, проповеднического, религиозно-философского, политического, военного, фольклорного, художественного, научно-фантастического, документально-художественного, (авто)метапоэтического дискурса СМИ и др.» [Там же: 57], что особенно важно для филологического образования [Ворожбитова 2003, 2004, 2012].

**Обсуждение.** В постсоветское время элементы старой орфографии обрели новую жизнь. Алфавит стал «больше, чем алфавит» – он используется для манифестации культуры и даже политических предпочтений [Шмелёва 2006: 6]. Дореформенная орфография вернулась в разнообразные тексты, отражая стремление их создателей вернуть якобы незаконно отнятое большевистскими Декретами русское правописание. Первым вестником нового графико-орфографического периода стали журналы «В мире книг» и «Наше наследие», которые обратились к дореформенному прошлому в самые первые перестроечные годы. На страницах других многочисленных газет появились воспроизведенные фототипическим способом фрагменты или отдельные статьи из дооктябрьских периодических изданий и книг, републикации документов и театральных афиш, банковских билетов и акций – всего, что было покрыто завесой тайны для читателей советского периода. В начале

1990-х тексты, оформленные в дореволюционной орфографии, появлялись также в «Литературной газете» (номера 1990–1996 гг.) и газете «Память» Дмитрия Васильева (номера 1990–1991 гг.) [Григорьева 2004: 233].

Наиболее заметна концептуальная роль элементов старого письма в художественном дискурсе на пересечении с дискурсом политическим. Это одна из многочисленных точек соприкосновения художественного и политического дискурсов, пример прямой интеграции разнородных дискурсивных элементов, свидетельствующий об их потенциале к слиянию в синтетический тип дискурса. Об этом пишет, в частности, Е.Ю. Глотова, вводящая в научный обиход термин «художественный политический дискурс», определяя его как «совокупность авторских текстов, посвященных определенному объекту политической реальности, в основе которых лежит политический сюжет» [Глотова 2008: 157]. Однако мы вслед за Лю Хун смотрим на вопрос шире: «Художественная практика дает примеры немалого числа произведений, не имеющих прямой связи с объектами политической реальности и не имеющих политических сюжетов, но очевидно транслирующих политические идеи («Записки охотника» И.С. Тургенева, поздняя проза Л.Н. Толстого, сатирические рассказы М.А. Булгакова, многочисленные лирические стихотворения, например, «Анчар» А. С. Пушкина или «Размышления у парадного подъезда» Н.А. Некрасова и т. п.). Во всех перечисленных произведениях мы наблюдаем ту или иную степень взаимопроникновения политического и художественного дискурса» [Лю Хун 2017: 36].

Представление о том, что дореформенное письмо тесно связано с дореволюционным прошлым России, нашло широкое отражение в литературе конца прошлого и начала нынешнего века. Буквы старой орфографии стали символами прошедшего в многочисленных стихотворениях современных авторов. Назовем хотя бы «Праздное упражнение 31 августа – 3 сентября» Б. А. Ахмадулиной, где, переходя с дореформенной на новую орфографию, она признаётся: «По-новому, безграмотно пишу», а перед этим сетует: «Но какъ бѣзь «ять» мнѣ Пушкина понять...» [Ахмадулина 2004: 62] Заметим, что буква *ять* в предлоге *без* употреблена автором неверно. Нами было рассмотрено два издания стихотворения, и в обоих буква *ять* в составе *без* употребляется непоследовательно. Впервые стихотворение опубликовано в журнале «Знамя» в 2004 г.:

Какъ быть бѣзь «ерь»? Вотъ малѣнькій примѣръ:

съ сосъдомъ милымъ свидѣться, съ собакой

пройтись – уста свистять безъ буквы «ерь».

(Собаку Астрахань умѣла звать сѣвлагой).

Все кончено! Прощайте «ерь» и «ять».

«Фиту» самъ Даль давно сослалъ въ былое.

Но какъ бѣзь «ять» мнѣ Пушкина понять,

когда рассвѣтъ встрѣчаю на балконе?

С точно такой же орфографией оно перепечатано в авторском сборнике «Пуговица в китайской чашке» 2011 г. Нетрудно заметить, что предлог *без* два раза написан ошибочно через *ять* (бѣзь) и один раз через *е* (безъ), что соответствует дореформенной норме. Это еще раз доказывает, что дело не в написании конкретного слова, а в принципе. В интервью 2008 г. Ахмадулина называет корни слов, где, по ее мнению, необходима буква *ять*: «свет, свеча, век, вера» [Фатеева 2017: 106]. Видимо, предлог *без* к таким словам не относится. А вот для свечи это невосполнимая потеря, о которой сокрушается поэт: «Но зачем было «ять» у свѣчи отнимать?» [Там же].

В стихотворении Ахмадулиной «Есть тайна у меня от чудного цветенья...» (1981) сведущий читатель обнаружит концептуализацию буквы *ять*.

Есть тайна у меня от чудного цветенья,

здесь было б: чуднАго – уместней написать.

Не зная новостей, на старый лад желтея,

цветок себе всегда выпрашивает «ять»,

– пишет Ахмадулина [Ахмадулина 1997: 59].

Обратимся к анализу стихотворения, выполненному В.К. Зубаревой: «Почему цветок выпрашивает «ять», ясно тому, кто знаком с прежним правописанием этого слова: до языковой реформы 1917—1918 годов «цветок» писался через «ять»: цвѣтокъ. Это, казалось бы, чисто орфографическое различие в написании, трактуется в стихотворении как подмена живого на искусственное. Дальше – больше. Оказывается, что и природа не может обходиться без ъ: увядая, живой цветок, не знающий «новостей», т. е. грамматических реформ, выпрашивает себе «ять», словно от этой буквы зависит его воскрешение» [Зубарева 2017: 119–120]. Сакрализация буквы *ять* была свойственна апологетам дореформенного письма еще в период подготовки реформы и сразу после её осуществления. В.К. Зубарева пишет об этом очень подробно: «В этой символике «ять» является чуть ли не главенствующим, ибо связана с понятиями целостности или святости. Итак, в словесной вселенной «ять» обозначает Творца, и отказ от столь значимой буквы ведёт не только к подмене портрета слова, но и к искажению его концепции. Чтобы лучше представить себе, по какому именно пути идёт замена, обратимся к значению заменившей «ять» букве «е». «Е» происходит от греческой буквы «эпсилон» и означает, в частности, «есть» и «естество». Подмена ъ (от «ятый» – целостный или «святой») на «е» по сути – идеологическая подмена... Ахмадулина сетует не на утрату чего-то формального в орфографии, а на контрреволюцию в грамматике, свергнувшей Творца, заменив его природой» [Там же: 122].

Во многих перестроечных стихотворениях *ять* становится символом безвозвратно потерянного прошлого, которое возрождается с развенчанием идеалов коммунизма. Об этом пишет, к примеру, Екатерина Польгуева:

Здесь домики сугулятся

И флаги до земли.

По раскаленной улице



Куда нас завели?  
 Обшарпанные башенки  
 Не держат флюгеров,  
 На почерневшей ратуше  
 Не слышен стук часов.  
 Лежит драконьим остовом  
 Сгоревший ресторан.  
 Мы на пустынном острове  
 Ушедших лет и стран.  
 Не все ли было сказано,  
 Не все ли решено?  
 Кириллица замазана  
 Уже давным-давно.  
 Но сквозь густое месиво  
 Проступит буква «ять».  
 А флаги как повесили,  
 Так и забыли снять.  
 Уводит в море улица,  
 В бормочущий прибор.  
 А здесь дома сутулятся  
 Под траурной каймой.

В данном стихотворении безвременно ушедшая в марте 2020 г. журналистка воссоздает атмосферу 90-х годов прошлого столетия, с ее тревогой и ожиданием, страхом и надеждой. И в этом напряженном воздухе, напоенном ветром перемен и гарью сгоревшего ресторана, сквозь «густое месиво» лжи, фальши, безверия, которыми «кириллица замазана», не случайно проступает именно буква *ять*. Здесь кажется уместным вспомнить, что писала В.К. Зубарева об упомянутом стихотворении Ахмадулиной: «Весь скрытый ход стихотворения направлен на то, как раздобыть этот чудодейственный ъ, дабы наступило воскрешение словесного сада, а шире – родной литературы. Задача раздобыть запретный ъ и вернуть его на место аналогична возвращению ипостаси Творца в словесный мир» [Зубарева 2017: 122]. Вот и лирическая героиня Польгуевой, надеясь на возрождение, прозревает букву *ять* в своё непростое время.

Символом порчи языка считает упразднение *ять* современный поэт Дмитрий Мурзин. Вот его стихотворение:

Носитель языка, чтоб уберечь язык,  
 Бежит из той страны, язык которой носит.  
 Настали времена и взяли за кадык,  
 И вот родная речь молчит, пощады просит.  
 Молчание всегда срывается на крик,  
 Изъята буква «ять», де факто и де юре.  
 И в колченогий стиль, как косточка в язык –  
 Войдет порок и бич, бред-аббревиатура.  
 По планам ГОЭЛРО, ВКП(б), ЧК –  
 Пойди-ка разбери – что истинно, что ложно.  
 И, сгорбившись, идёт носитель языка –  
 И ноша тяжела, и бросить невозможно [Мурзин 2004: 5].

Здесь можно услышать переключку со стихотворением Ахмадулиной, которая пишет:

Лишь грамота и вы – других не видно родин.  
 Коль выгопан язык – и вам не устоять [Ахмадулина 1997: 59].

Концептуализация упраздненных букв как нельзя лучше иллюстрирует сложившееся в русском метаязыковом сознании представление о реформе 1917–1918 гг. как о социальном акте отчуждения носителя языка не только от облика классических литературных текстов, религиозной литературы, но и от культурной традиции, от истинной духовности. В итоге утраченные буквы приобретают значение хорошо понятных символов-концептов в коллективном сознании.

Другая группа лирических произведений использует образ упраздненных букв как символ личной утраты, осмысление которой необходимо для понимания внутреннего мира лирического героя. Потерю себя там, где «оторопь берет», сравнивает с судьбой буквы *ять* Лариса Миллер:

Нашел себя? Ну, слава Богу.  
 Бери находку – и в дорогу.  
 Бери находку – и вперёд,  
 Туда, где оторопь берёт,  
 Где-то в упадке, то на взводе  
 Живут – и силы на исходе,  
 И хочется, как букву «ять»,  
 Себя навеки потерять [Миллер 1996: 72].

Важные мысли о смысле жизни, душевных ценностях, также связанные с потерей *ять*, содержит стихотворение Юнны Мориц «Таким образом»:

Друзей не превращайте в слуг,  
 а жен друзей – в служанок,  
 чтоб не крошили вас, как лук,  
 и вид ваш не был жалок.  
 Не позволяйте для гостей  
 вас подавать на ужин –  
 как блюдо свежих новостей  
 и умственных жемчужин.  
 Душа – такой чудесный луг,  
 где есть зима и лето,  
 но коммунальных нет услуг,  
 а также туалета.  
 Мы потеряли букву «ять»  
 и это пережили...  
 Ходите в Африку гулять,  
 чтоб с вами львы дружили [Мориц 2000: 65].

Юнна Мориц переходит к проблеме потери *ять* сразу от проблем души, где нет бытовых удобств, и это не случайно. Это воспринимается как личная потеря для души, восполнить которую может только дружба со львами в Африке. Однако не одно поколение, выросшее на поэзии К.И. Чуковского, с молоком матери впитало предостережение: «Не ходите, дети, в Африку гулять». Очевидно, что Юнна Мориц вступает в полемику со знаменитым коллегой и настоятельно рекомендует пересмотреть давний суровый запрет: «Ходите в Африку гулять...» Кажется, что потеря *ять* каким-то образом ломает строгость этой заповеди, ведь пережили такую беду, и другое переживем.

В философском стихотворении современного поэта Владимира Дитятева также говорится о потере *ять*:  
 Не надо дни свои делить,  
 Расчетом огорченья множа:  
 Мол, этот день напрасно прожит,  
 А этот стоило прожить.  
 Да будет дорог каждый миг,  
 Тебе дарованный рождением!  
 Пусть нет побед, есть поражение  
 Тем, что увидел и постиг.  
 И обретет все тайный смысл,  
 Подтекста празднуя победу,  
 Душа толкнет слепую мысль  
 По незатоптанному следу.  
 И вновь захочется понять  
 Концы начал, причины тленья  
 И роль старинной буквы «ять»,  
 Так быстро канувшей в забвенье,  
 Понять себя в глухой борьбе  
 Стыда, желанья и бесстыдства...  
 А все ничтожное в тебе –  
 Чем не предмет для любопытства?

По мнению автора, именно «роль старинной буквы *ять*» является ключом, раскрывающим «концы начал, причины тленья» и в конечном итоге указывающим путь к пониманию себя.

Символ буквы «ять» не дает покоя современным авторам и публицистам, он довлеет над литературным сознанием как писателей, так и читателей. Букве «ять» уже отведено достойное место в современном литературном процессе: в 2003 году в издательстве «Вагриус» была издана внушительных размеров книга под названием «Орфография» с подзаголовком «опера в трех действиях». Этот авантюрный роман Дмитрия Быкова критики уже оценили положительно. Он состоит из предисловия к первому изданию, пролога, трех глав (названных автором «действиями») – «Желтый чорт», «Беглый гласный», «Бледный бес» – и авторского заключения («От автора»). Тема книги – интеллигенция в эпоху большого перелома (этакий путеводитель по историческим судьбам Серебряного века), а главный герой, оказавшийся в центре трагикомических послереволюционных событий в Петрограде, носит псевдоним Ять. Отменяя букву «ять», большевистский декрет как бы отменяет не только псевдоним, но и самого героя. Будучи условно отмененным, Ять продолжает активно действовать и общаться с персонажами, как вымышленными, так и имеющими реальных прототипов (таких, как Маяковский, Горький, Хлебников, Шкловский, Чуковский, Луначарский и др.).

Упраздненный Ять в романе предстает символом вращающихся на кругах своих извечных судеб интеллигенции и власти. В его репликах заметны аллюзии к образу булгаковского Воланда: «Я все думаю, кто больше всего проиграет от происходящего...» Сюжет заканчивается 23 октября 1918 года, когда по типографиям проезжают красные матросы, изымая литеры «ять», «ер», «фиту», «и десятиричное», чтобы исключить возможность «контрреволюционного написания». Апофеозом романа становится эмиграция Ятя в Финляндию и оставленный им подарок в виде записи мнемонического стишка для заучивания ятевого списка. Основной вывод книги состоит в том, что на фоне столкновения серьезного и драматического с игровым и ироническим, среди

глубокого психологизма и элементов постмодернизма главной трагедией русской жизни становится потеря своей «самости», тягостные метания от одного лагеря к другому и в конце концов бегство от власти Советов. И эта трагедия русского народа, показанная в отмене «ятя» и Ятя, является всеобъясняющей метафорой романа.

**Заключение.** В последнее время наш язык наполняется множеством новых элементов, он стремится как можно полнее охватить и описать недоописанное и недопонятое, быстро и динамично развивается. Но в этой гонке, навязанной в основном политическими событиями последних лет, общество порой забывает, что история русского языка уникальна и требует не только бережного отношения, но и тщательного изучения. Как следствие вмешательства политики во все сферы жизни, дореформенные буквы даже после утраты остались в народной памяти и стали символами-концептами художественного, художественно-политического и политического дискурсов. В результате реформы, отменившей «ять», «фиту», «ер», «и десятеричное», властью была реализована принципиальная и неоспоримая возможность глубокого вмешательства в самую историю языка, его суть и смысл, как в дальнейшем и во все проявления человеческой жизни. Слово или фраза, написанные в соответствии с дореволюционной орфографией, становятся идеологемой, которая складывается в мировоззрение и вызывает ассоциации «доброго и старого прошлого», возвращающегося наконец после тягостного «закрепощения», восстанавливающего традиции русского уклада и миропорядка на исконной земле. Однако недостаточно написать что-то старыми буквами, чтобы восстановить связь времен.

#### Библиография

- Ахмадулина Б.А. Праздное упражнение 31 августа – 3 сентября // Знамя. – 2004. – № 1. – С. 62.
- Быков Д.Л. Орфография. – М.: Вагриус, 2003. – 686 с.
- Ворожбитова А.А. Алгоритмы и перспективы лингвориторического исследования аксиологической прагматики в динамике дискурсивных процессов социокультурно-образовательного пространства // Известия Сочинского государственного университета. – 2013. – № 1-1 (23). – С. 177–181.
- Ворожбитова А.А. Альтернативы лингвориторическому образованию – нет! // Мир русского слова. – 2004. – № 3. – С. 26–33.
- Ворожбитова А.А. Интегральная лингвориторическая компетенция языковой личности и механизмы ее реализации // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2003. – № 3. – С. 134–142.
- Ворожбитова А.А. Лингвориторическая модель «Филолог как профессиональная языковая личность» и поликультурный аспект подготовки специалиста в области русской филологии // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2012. – № 17. – С. 205–210.
- Ворожбитова А. А. Филолог-исследователь как профессиональная языковая личность: лингвориторический подход: учеб. пособие. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2019. – 176 с.
- Глотова Е.Ю. Художественный политический дискурс и критерии его определения // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. – 2008. – Вып. 73-1. – С. 154–158.
- Григорьева Т. М. Три века русской орфографии (XVIII–XX вв.). – М.: Элпис, 2004. – 456 с.
- Зубарева В.К. Тайнопись. Библейский контекст в поэзии Беллы Ахмадулиной 1980-х – 2000-х годов. – М.: Языки славянской культуры: Глобал Ком, 2017. – 224 с.
- Лю Хун Особенности реализации политического дискурса в художественном тексте: к постановке проблемы // Политическая лингвистика. – 2017. – № 3(63). – С. 31–41.
- Миллер Л. Стихи о стихах. – М.: Глас, 1996. – 128 с.
- Мориц Ю. Таким образом. Стихотворения. – СПб.: Диамант, 2000. – 247 с.
- Мурзин Д. Носитель языка // Сетевая поэзия. – 2004. – № 2(5). – С. 5.
- Фатева Н.А. Поэзия как филологический дискурс. М.: Языки славянской культуры, 2017. – 359 с.
- Шмелёва Т.В. «Алфавит в ономастиконе» // Российский лингвистический ежегодник. – 2006. – Вып. № 1(8). – С. 6–11.

## Стилистическая функция каракалпакизмов в русскоязычных текстах

Каландарова Гульбахор Нуруллаевна

Каракалпацкий государственный университет имени Бердаха, Узбекистан  
230100, г. Нукус, ул. Академика Ч. Абдилова, 1  
старший преподаватель  
E-mail: g.kalan@bk.ru

**Аннотация:** В статье рассматриваются особенности стилистической функции тюркизмов-каракалпакизмов – слов, пришедших в русский язык из каракалпацкого языка. Дувал-дийуал, загара-загара, визирь-ўэзир, т.е. различные графемно-фонетические варианты заимствований из каракалпацкого языка.

Источниками для исследования послужили произведения русских и каракалпацких писателей, отражавшие быт и культуру каракалпацкого народа и некоторые переводные научные статьи различного направления и толковые двуязычные словари.

**Ключевые слова:** русский язык, каракалпацкий язык, лексикография, тюркизм

УДК 811.512.121:811.161.1

## Stylistic function of karakalpakisms in Russian-language texts

Gulbakhor N. Kalandarova

Karakalpak State University named after Berdakh, Uzbekistan  
230100 Nukus, Academician Ch. Abdirov Str., 1  
Senior Lecturer  
E-mail: g.kalan@bk.ru

**Abstract.** The article discusses the stylistic function of Turkisms-Karakalpakisms, the words which Russian borrowed from the Karakalpak language, i.e. various grapheme-phonetic loan options from the Karakalpak language: *duval-diyual*, *tanning-zaazara*, *vizier-ўэзир*. The sources for the study are the works by Russian and Karakalpak writers, reflecting the life and culture of the Karakalpak people, some translated scientific articles of various directions and explanatory bilingual dictionaries.

**Keywords:** Russian language, Karakalpak language, lexicography, Turkism.

UDC 811.512.121:811.161.1

**Введение.** На протяжении истории развития русского литературного языка его лексика пополнялась различными заимствованиями. Среди заимствований есть слова восходящие к тюркизмам т.е. слова, заимствованные из каракалпацкого языка. Эти слова могут быть стилистически нейтральными, и есть слова с экспрессивной окраской.

**Материалы и методы.** Материалом исследования послужили данные лексикографических источников, работы по исторической лексикологии и этимологии русского и каракалпацкого языков, художественная и научная литература и материалы СМИ.

**Обсуждение.** Многие заимствования из каракалпацкого языка связаны с жизнью и бытом. В художественной речи каракалпакизмы выполняют важные стилистические функции, помогают передать местный колорит особенности речи героев для более точного, с точки зрения автора, названия некоторых вещей и понятий, кроме того, может быть источником речевой экспрессии или же как характерологическое средство при описании жизни людей, связанных с каким – либо производством или же территорией.

Интерес к заимствованиям из тюркского языка был вызван стремлением писателей правдиво и точно отразить жизнь народа. К заимствованиям из тюркского языков обращались, в частности Н.А. Баскаков, А.В. Калинин, В.Г. Костомаров, А.А. Леонтьев, М.В. Китайгородская, И.В. Выходцева, Я.П. Крысин, Д.С. Кулмама-тов, Н.М. Шанский. Ю.В. Откупщиков, Г.Н. Асланов, Л.Л. Аюпова, А.А. Селимов, Д.С. Сетаров, А. Жаримбе-тов, Р.А. Юналиева, Р.Г. Гатаулина и некоторые другие. Они использовали каракалпакизмы, которые с их точки зрения отвечали их эстетическим установкам.

Каракалпакизмы не отторгаются художественной тканью произведения, а органично в ней растворяются. Умело употребленные каракалпакизмы являются благодатным средством речевой экспрессии. Подобное употребление каракалпакизмов стилистически оправдано.

При определении эстетической ценности каракалпакизмов в художественной речи следует учитывать, какие слова выбирает автор. Исходя из требования доступности, понятности, обычно отмечают как доказательство мастерства писателя, употребление таких каракалпакизмов которые не требуют дополнительных разъяснений и понятны в контексте. Это может быть слова- реалии, а слова реалии представляют собой наименование предметов местного или , понятий, явлений, характерных для географической среды, культуры, материального быта или общественно – исторических особенностей, народа, нации, страны и являются «носителями национального или исторического колорита» [Влахов, Флорин 1980: 51]. Поэтому часто писатели условно отражают особенности территориальных слов, используя несколько характерных каракалпакизмов. В результате нередко каракалпакизмы, получившие распространение в художественной литературе, становятся «общерус-

скими», утратив связь с конкретным языком. Обращение писателей к тюркизмам этого круга уже не воспринимается современным читателем как выражение индивидуальной авторской манеры, оно становится своего рода литературным штампом. Иллюстрацией творческого решения этой задачи может быть следующие примеры: «кише» – жена старшего брата; обращене к жене старшего брата.

Бывало, скажет «кише» – сношенька, да так нежно и мило, будто говорит «мамочка» (Т. Каипбергенов, «Сказание о Маманбие»).

Аткосшы – доверенное лицо, помощник. Аткосшы самый близкий доверенный помощник. Поутру как было велено, Маман и его аткосшы были на месте (Т. Каипбергенов, «Сказание о Маманбие»).

Объектом нашего исследования являются заимствования каракалпакизов русским языком, т.е. точнее экзотизмов в широком смысле.

В настоящее время одним из самых активных проводников каракалпакизов в русский язык считается СМИ. Язык каракалпакских СМИ получает целенаправленное функциональное описание. Тексты газет и журналов, которые издаются на русском языке широко участвуют в процессе коммуникации и отражают знания пространственно- временного ксентиниума заимствованных слов.

В процессе освоения русским языком тюркизов происходят качественные изменения как в самих заимствованиях, так и в принимающем языке и в связи с чем возникает ряд проблем, требующих тщательного описания, анализа и решения. К их числу можно отнести прежде всего вопросы фонетического и графического освоения, вопросы рациональной унификации этого процесса, выработки рекомендаций, создания единых норм и правил, может быть и составление словарей наиболее частотных словарей тюркизов – каракалпакизов.

При графическом освоении каракалпакизов – каракалпакские буквы заменяются буквами русского алфавита. Однако каракалпаки до 90-х годов прошлого столетия пользовались русским алфавитом, поэтому освоение каракалпакизов шло легко по сравнению с другими инязычными словами, например с английскими заимствованиями.

Основными способами графического освоения являются: 1. Транскрипция. 2. Транслитерация.

Таким образом, в одних случаях соблюдается принцип транслитерации, а в других – принцип транскрипции. Встречается и способ, где участвуют оба варианта. Принципы фонетического и графического освоения заимствования, принятые в нашей работе, получили теоретическое обоснование в трудах М.М. Сывороткина [Сывороткин 2005], Р.А. Юналиевой [Юналиева 1982: 120], М.В. Орешкиной [Орешкина 1994] и т.д.

В процессе освоения каракалпакизов русским языком могут происходить чередования гласных и согласных звуков или ассимиляционные явления, эпентезы, протезы или же явление диерезы. Например: Чередование – мена звуков.

I. к/к

1. Обряд «Суу куяр» (поливание сватов) начинался с того, что для этого собирались девушки, юноши, молодые женщины [Есбергенов, Атамуратов 1975: 54].

2. Надо было бы уйти из аула (ауыл): аркан (арқан), которым когда-то привязали мальчишку к баю (байу), истлел (Т.Каипбергенов, «Дастан о каракалпаках»)

3. Аткулак (аткулак) и тыква, сбросив ветви и согнув свои шеи, дремлет в последних лучах солнца (Ж. Аймурзаев, «Проделки Комекбая»)

а/а 4. Нет, к чертям! Аминь! (эумийин) И – ручка полетела через стол! (Е. Емельянов, «Память») эскер, машаба.

II к/х

Темирбек принес астахту (астакта) и поставил перед ним (А. Бекиметов «Человек с костылем»).

1.Ахун (ақун) вышел на небольшую полянку (Т. Каипбергенов, Сказание о Маманбийе).

2. Они сошли с дамбы и двинулись по направлению к хирману (кырман) (Т. Каипбергенов, Последний бой).

III г/г

1. Веда подарков щедрых караваны, на аргамаке (арғымақ) входит в Андижан (Ж. Аймурзаев, Жизнь).

2. Эй, дарга! (дарға) Мы не в силах идти, мы погибаем! (А. Бекиметов, Яркое солнце надежды).

3. Хватит одной загары (зағара). Поем во дворе- сказал Бегжан (Т. Каипбергенов, Последний бой).

IV ш/ч

1. Отряхнув чапан (шапан) мулла поспешил в мечеть (мешит) (С. Хожаниязов, Трудная дорога).

2. К нему приходили и дехкане, и чабаны (шопан), и рыбаки, и городские жители (А. Бекиметов, Яркое солнце надежды)/

3. Когда встретит тебя мой старший брат – бий черный чекмень (шекпен) накинув... (Ю. Леонтичев, Последний выстрел).

**Заключение.** Таким образом, исследование показало, что часть каракалпакизов вошла в пласт употребительной лексики, утратив первоначальный облик, т.е. произношения адаптируясь русскому произношению, поэтому становятся возможной их лингвографическая фиксация. Вытеснение из языка графемно – фонетического варианта происходит и в результате ассимилятивных изменений и в соответствии с правилами русской орфоэпии и орфографии.

Такие явления носят двусторонний процесс. Посредством перевода или же описанием жизни каракалпаков русскоязычными писателями становятся известными русскому читателю больше каракалпакских слов и соблюдение сингармонизма гласных.

**Библиография**

- Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. – М.: Просвещение, 1980. – 343 с.
- Есбергенов Х., Атамуратов Т. Традиции и их преобразование в городском быту каракалпаков. – Нукус, 1975. – 211 с.
- Орешкина М.В. Тюркские слова в современном русском языке: проблемы освоения. – М.: Academia, 1994. – 160 с.
- Сывороткин М.М. Система адаптации заимствованной лексики тюркского и финно-угорского происхождения в современных русских говорах Окско-Волжско-Сурского региона: дис. ... докт. филол. наук. – Саранск, 2005. – 524 с.
- Юналиева Р.А. Тюркизмы в русском языке сравнительно с другими языками. – Казань: Изд-во Казан. ун-та 1982. – 171 с.

**Значение общей теории языковых моделей для создания классификации контактных идиомов**

Калинин Степан Сергеевич

Кемеровский государственный университет, Россия  
650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6  
аспирант-выпускник  
E-mail: rage\_of\_gods@inbox.ru

**Аннотация.** В работе предлагается новый вариант классификации контактных идиомов (в частности, пиджинов и креольских языков) различного типа на основе сравнения меры сложности сформированного контактного идиома с исходными языками-субстратами и языками-лексификаторами, из которых он образуется. В качестве теоретической основы для создания данной классификации применяется общая теория языковых моделей А.Ф. Лосева, как наиболее релевантный для данного материала вариант системно-структурного языкознания.

**Ключевые слова:** контактный идиом, пиджин, креольский язык, языковая сложность, классификация контактных идиомов.

УДК 81'282.8

**Importance of the general theory of language models for classifying contact idioms**

Stepan S. Kalinin

Kemerovo State University, Russia  
650000 Kemerovo, Krasnaya Str., 6  
Post-graduate Student  
E-mail: rage\_of\_gods@inbox.ru

**Abstract.** The paper proposes a new classification of contact idioms, namely pidgin and creole languages of different types, comparing the degree of complexity of the existing contact idiom with the original substrate and lexicator languages underlying its formation. The theoretical basis for creating this classification is A. F. Losev's general theory of language models as the most relevant version of system-structural linguistics suitable for this material.

**Keywords:** contact idiom, pidgin, creole language, language complexity, classification of contact idioms.

UDC 81'282.8

**Введение.** Термин «идиом» обычно используется для обозначения любой территориально-социальной разновидности языка [Беликов, Крысин 2001: 71]. Соответственно, контактные идиомы – это такие территориально-социальные разновидности человеческого языка, которые возникли в ходе языковых контактов. Многообразие существующих контактных идиомов может поразить воображение исследователя. Тем не менее, большинство контактных идиомов демонстрируют «загадочное сходство», по выражению Н.Б. Мечковской [Мечковская 2001: 183–184], в языковом строении (см. также [Томпсон 1972], примечательно само название этой работы).

В дальнейшем мы будем использовать термины «язык-лексификатор» и «язык-субстрат» в том определении, которое дается им в работе [Оглезнева 2007: 9]: язык-лексификатор понимается как язык, из которого пиджин/контактный идиом наследует лексический состав, язык-субстрат – тот язык, по типу которого в идиоме организована фонология и грамматика. Структура сформировавшегося контактного идиома будет сравниваться в дальнейшем со структурой языков-субстратов и лексификаторов.

Теперь рассмотрим понятие языковой модели. Языковая модель в общем виде определяется А.Ф. Лосевым как схема конструирования языковых элементов [Лосев 2004: 20]. Учитывая особенности формирования контактных идиомов, такое определение представляется важным, поскольку все идиомы такого типа конструируются, формируются на основе каких-либо нескольких исходных языков-субстратов и языков-лексификаторов. В дальнейшем речь будет идти преимущественно о грамматических аспектах формирования таких идиомов и возможности сравнительного анализа исходных языков (из которых формируется идиом) и полученного «языкового продукта», т.е., самого идиома. Языковая модель, по определению А.Ф. Лосева [Лосев 2004: 28], содержит в себе принцип, по которому она упорядочена или организована, она есть «структура, перенесенная с одного субстрата на другой и воплощенная в нем реально-жизненно и технически-точно» [Там же: 28]. Замечание о технически точном и реальном воплощении языковой модели релевантно для нашего языкового материала контактных идиомов, поскольку в процессе переноса структуры исходных языков на структуру формирующегося контактного идиома происходит уподобление его паттернов паттернам исходных языков. Так, например, русская лексика в сибирском пиджине стала морфологически неизменяемой благодаря действию паттернов изолирующей морфологии китайского языка. Упрощение фонологии языка бислама и ряда других океанийских креолов с англоязычной основой произошла под воздействием фонологии местных языков Океании на фонологию английского языка. Отсюда следует важность сопоставления уровня сложности организации тех или иных структурных элементов грамматической модели, например, морфологических категорий, являющихся «минимальными значимыми единицами речи» [Лосев 2004: 49], а также окрестностей и классов

эквивалентности (семейств) слов данного языка (определение окрестности и семейства для грамматических моделей см. [Лосев 2004: 51–52]).

**Материалы и методы.** В качестве материала для анализа использован языковой материал 13 различных контактных идиомов. Эти идиомы выбирались специально, с целью более широкого и, по возможности, более полного охвата различных лингвистических и географических ареалов земного шара. Для построения основ классификации использованы контактные идиомы Евразии (сибирский/дальневосточный пиджин, медновский язык), Европы (руссенорск, баскско-исландский пиджин), Океании (бислама, ток-писин и другие языки-потомки языка бичламар), Северной и Южной Америки (мичиф, медиаленгва, баскско-алгонкинский пиджин, чинукский жаргон), Австралии (современный тиви, валбири рампаку, дьирбал «молодых людей»). Используется метод сопоставительно-типологического анализа контактных идиомов, в том числе, их сопоставления с языками, послужившими источниками их формирования. Структурно-типологические свойства выявляются на основе имеющихся грамматических описаний данных идиомов. Кроме того, используется также метод формального анализа и метод моделирования.

**Обсуждение.** Классификация контактных идиомов различного типа представляет собой известную лингвистическую проблему. В различных источниках встречаются преимущественно социолингвистические классификации, т.е., классификации по выполняемой в обществе функции и общественному статусу языка, см., например, [Перехвальская 2008: 14–17]. Зачастую встречаются обсуждения вопроса и о генетической классификации контактных идиомов всевозможного типа. В частности, Е.В. Перехвальская пишет о том, что пиджины и креольские языки являются в генетическом отношении потомками своих языков-лексификаторов, что было доказано ей на примере ряда франко-креольских языков [Перехвальская 2008: 76]. С.А. Старостин и С.А. Бурлак показывают, что в процессе формирования пиджина «все, что относится к языку» (т.е., словарный состав) берется из языка-лексификатора, а «способ обращения с языком» (т.е., грамматические паттерны) – из языка-субстрата или языков-субстратов [Бурлак, Старостин 2001: 74]. Таким образом, например, сибирский/дальневосточный пиджин по такой классификации возводится к славянской группе языков, поскольку, как было показано выше, лексификатором для него послужил русский язык. В свою очередь, чинукский жаргон согласно данному принципу восходит к германской и романской группам языков индоевропейской семьи. Причиной является тот факт, что английский и французский языки выступали при его формировании в качестве лексификаторов, а число лексем, восходящих к языкам коренного населения Америки (преимущественно, лексическим аффиксам по происхождению) сравнительно невелико.

Однако, далеко не во всех контактных идиомах можно столь однозначно определить генетическую принадлежность, исходя лишь из генетической принадлежности языка-лексификатора. Например, затруднительно это сделать для языка мичиф, в котором паттерны именной морфологии наследуются из французского языка, а паттерны глагольной морфологии – из равнинного кри (алгонкинские языки Северной Америки) [Пиперски 2018: 110]. Подобным же образом устроен и медновский язык, с равными пропорциями гибридизации паттернов морфологии и синтаксиса русского и алеутского языков, медиаленгва, в котором аналогичная ситуация имеет место быть для испанского языка и языка кечуа, баскско-алгонкинский пиджин.

Противоположная точка зрения характеризуется тем, что однозначно классифицировать контактные идиомы по генетической принадлежности невозможно. Указывается тот факт, что поскольку данные языки являются смешанными, их невозможно однозначно классифицировать по генетической принадлежности [Перехвальская 2008: 74], хотя сама Е.В. Перехвальская стоит на прямо противоположных позициях и утверждает о неправильности отказа от генетического подхода к классификации пиджинов и креольских языков [Там же: 75]. В.И. Беликов в работе о креольских языках Океании упоминает о теории релексификации, согласно которой язык может сменить основную часть словаря, сохранив при этом грамматическую структуру [Беликов 1998: 27]. Такая теория может, например, объяснить наличие в сибирском пиджине изолирующей типологии, нехарактерной для индоевропейских языков, но не объясняет существование двух равноправных морфологических систем для имен и глаголов, соответственно, например, в медновском языке.

В той же работе рассматривается теория двойного родства [Беликов 1998: 34]. Впервые теория двойного родства была предложена в работе Дж. Холма на материале креольских языков атлантического региона, сформировавшихся на основе европейских и коренных африканских языков: было показано, что, с одной стороны, они принадлежат к соответствующим группам языков-лексификаторов, с другой – к единству, образуемому самими атлантическими креолами [Holm 1988: 216–217]. Было также показано, что, утверждая о генетической принадлежности того или иного пиджина или креола, следует опираться как на генетическую принадлежность лексификатора, так и на генетическую принадлежность субстрата [Там же]. Однако, В.И. Беликов в данном случае считает более правильным говорить не о генетической, а о «парагенетической» общности [Беликов 1998: 34–35]. Данная точка зрения справедлива по той причине, что, например, лексический состав контактных идиомов не восходит генетически к той или иной праязыковой общности, а наследуется в «готовом» виде из лексификатора и, в некоторой доле, из субстрата или субстратов. Таким образом, словарный состав контактных идиомов представляет собой сложную меметическую структуру, наследуемую как из лексификатора, так и из субстрата, т.е., ее можно определить как мемплекс.

К.А. Шишигин составляет классификацию пиджинов, креольских языков, смешанных и гибридных языков и языков с элементами смешения, основываясь на 9 различных параметрах [Шишигин 2016: 14–15]. Среди этих параметров: тип языка-основы, тем генезиса того или иного идиома, восприятие носителями, восприятие самого идиома носителями, этническая принадлежность носителей, тип взаимодействия и влияние языков-основ и субстратных языков (языков-доноров). По такой классификации к смешанным языкам относятся, например, мичиф, медновский язык и медиаленгва, а к гибридным – например, идиш, ладино и африкаанс. Дан-



ную классификацию можно охарактеризовать как комплексную, в ней учитываются как социолингвистические и социокультурные факторы, так и способы контактов/взаимодействий между языками. Классификация, предлагаемая в рамках данной работы, будет построена по несколько иным принципам.

За основной параметр, по которому здесь и в дальнейшем будет проводиться классификация контактных идиомов, берется степень сложности исходных языков: лексификатора и субстрата/субстратов. При этом можно заметить, что параметры сложности, вообще говоря, будут неодинаковыми для различных языковых уровней, например, в языке может быть относительно простая фонология и сложная морфология и синтаксис. Поэтому, исходя из особенностей формирования контактных идиомов, которые были перечислены выше, здесь будут использоваться два основных параметра сложности: грамматика (морфология и синтаксис), паттерны которой наследуются из субстрата, и лексикон, который наследуется из лексификатора. За счет взаимодействия информационных единиц, репрезентируемых соответствующими паттернами, и формируются сложная мемплектическая структура – когнитивная «база» будущего пиджина.

При построении классификации учитывается морфологическая типология каждого из языков, участвующих в формировании контактного идиома, и степень синтетизма или аналитизма каждого из исходных языков, а также относительная доля в лексиконе единиц, наследуемых из соответствующего языка.

Соответственно, по перечисленным параметрам сложности контактные идиомы можно разделить следующим образом.

Первая группа – контактные идиомы с частичной редукцией. В основу таких контактных идиомов входит, по крайней мере, один язык с синтетической морфологией, которая в результате пиджинизации существенно упрощается, сближаясь с паттернами аналитической морфологии или даже изолирующего строя. Примеры: сибирский/дальневосточный пиджин, его редуцированный вариант, сформировавшийся на основе русского языка в качестве лексификатора, и китайского, из которого наследуются грамматические паттерны. Сюда же можно отнести руссенорск – пиджин, сформировавшийся на основе торговых контактов между русскими купцами и норвежскими рыбаками (о формировании руссенорска см. [Перехвальская 2008: 53]). Синтетическая морфология русского языка, послужившего одним из языков-доноров для руссенорска, в значительной степени редуцируется в нем, возможно, это происходит за счет уподобления соответствующих морфологических паттернов русского языка паттернам норвежского, который характеризуется большим аналитизмом. Чинукский жаргон, сложившийся в результате взаимодействия аналитических французского и английского языков с полисинтетическими языками (чинукскими, салишскими, вакашскими и т.д.) тихоокеанского побережья северо-запада США и Канады. Современный тиви (modern Tiwi) – австралийский язык-креол, сформировавшийся в результате взаимодействия английского языка с австралийским языком-изолятом тиви, характеризующимся полисинтетизмом, что вообще является очень нетипичным для языков коренного населения Австралии (о полисинтетизме в австралийских языках см. [Evans 2017]). Формирование современного тиви и отличия его от традиционного варианта языка подробно описано в работах [Lee 1987], [Spence 2012], см. в книге [Lee 1987] примеры текстов на современном тиви. Баскско-скандинавский пиджин, сложившийся на основе баскского языка (язык-изолят) и раннего новоисландского языка. В области его именной морфологии исландские паттерны подверглись заметному упрощению, в частности, редуцировались типы склонений имен, характерные для германских языков, каким является исландский.

Вторая группа – контактные идиомы со стабилизацией. Идиомы такого типа формируются на основе языка-лексификатора и языка-субстрата, примерно равных по сложности, в частности, на основе двух языков, для которых характерен аналитизм. Такие идиомы составляют значительную долю от числа всех контактных идиомов. К ним можно отнести большую часть пиджинов и креольских языков Океании, например, бислама, ток-писин, сформировавшиеся на основе аналитических английского и французского языков и океанийских языков, для которых характерна агглютинативно-изолирующая морфологическая типология. Могут такие языки формироваться и на основе синтетических языков, примером чему может служить баскско-алгонкинский пиджин, сформировавшийся на основе ряда языков. В частности, его основой послужили баскский язык, обладающего признаками как флексии, так и агглютинации, в области глагольной морфологии – как синтетическими, так и аналитическими паттернами, образуемыми при помощи вспомогательных глаголов [Шишмарев 2002: 37–40], полисинтетических алгонкинских языков, в частности, языка микмак и французского языка, который, однако, выступал преимущественно в качестве лексификатора. К идиомам со стабилизацией можно отнести и такой идиом, как, например, медновский язык (грамматическое описание медновского языка см. [Головкин 1997]), в которых именные паттерны и глагольные паттерны наследованы из разных языков синтетического типа, причем, проводится разграничение, из какого языка наследуются именные паттерны, а из какого – глагольные.

К третьей группе относятся идиомы с комплексификацией. В них, по сравнению с исходными языками, происходит усложнение структуры формирующегося контактного идиома, иногда структура меняется существенным образом в сравнении с субстратом и лексификаторами. К идиомам такого типа можно отнести мичиф и медиаленгва, поскольку паттерны глагольной морфологии в них наследуются из полисинтетического языка (например, в мичиф – из языка кри, в медиаленгва – из кечуа), а паттерны именной морфологии – из европейского языка, характеризующего гораздо меньшей степенью синтетизма (из испанского и французского, соответственно). Как писал А.Ч. Пиперски, «мичиф взял из обоих языков именно сложные части грамматики» [Пиперски 2018: 111]. Сюда же можно причислить и расширенный вариант сибирского/дальневосточного пиджина, который развил аналитическую морфологию в процессе эволюции от своего редуцированного варианта, для которого был характерен изолирующий строй, а также валбири рампаку – австралийский контактный идиом, сформировавшийся на основе языка валбири и английского языка. В этом идиоме возникла довольно

необычная морфология, нехарактерная как для языков коренного населения Австралии, так и для европейских языков. Подобные свойства демонстрирует и так называемый дьирбал «молодых людей», развившийся на основе пама-нюнганского языка дьирбал в результате контакта его носителей с носителями английского языка.

Таким образом, на основании вышеприведенного распределения контактных идиомов по степени сложности их языковой системы и структуры в сравнении с исходными языками-лексификаторами и субтратами, мы можем выделить три основные модели организации сложности контактных идиомов: редукция/частичная редукция структуры идиома, стабилизация структуры идиома, комплексификация (то есть, усложнение) структуры идиома.

**Закключение.** Данная классификация является пока только «пролегоменами» к классификации контактных идиомов различного типа сложности. В дальнейшем может уточняться мера сложности и мера «вклада» в формирующийся контактный идиом каждого из его языков-основ, а также уточняться мера сложности каждого языкового уровня, нового идиома и его языков-источников. Это может быть сделано как качественно, так и количественно (при помощи использования методов математической лингвистики). Кроме того, в дальнейшем, вероятно, можно будет типологизировать не только грамматические, но и семантические параметры сложности контактных идиомов. Такая задача в настоящий момент представляется достаточно непростой для решения, в том числе, и из-за отсутствия эффективных методов формализации языковой семантики.

#### Библиография

Беликов В.И. Пиджины и креольские языки Океании. Социолингвистический очерк. – М.: Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 1998. – 198 с.

Беликов В.И., Крысин, Л. П. Социолингвистика. – М.: РГГУ, 2001. – 439 с.

Бурлак С.А., Старостин, С. А. Введение в лингвистическую компаративистику. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 272 с.

Головко Е.В. Язык медновских алеутов // Языки мира. Палеоазиатские языки. – М.: Индрик, 1997. – С. 117–125.

Лосев А.Ф. Введение в общую теорию языковых моделей; под ред. И. А. Василенко. – Изд. 2-е, стереотипное. – М.: Эдиториал УРСС, 2004. – 296 с.

Мечковская Н. Б. Общее языкознание: Структурная и социальная типология языков. – М.: Флинта: Наука, 2001. – 312 с.

Оглезнева Е.А. Русско-китайский пиджин: опыт социолингвистического описания. – Благовещенск: АмГУ, 2007. – 264 с.

Перехвальская Е.В. Русские пиджины. – СПб.: Алетейя, 2008. – 363 с.

Пиперски А.Ч. Мичиф // М. А. Кронгауз, А. Ч. Пиперски, А. А. Сомин и др. Сто языков. Вселенная слов и смыслов. – М.: Издательство АСТ, 2018. – С. 110–111.

Томпсон Р.У. Заметки о некоторых чертах, сближающих креолизированные диалекты Старого и Нового Света // Новое в лингвистике. – Вып. 6. – М., 1972. – С. 478–484. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics4/tompson-72.htm> (дата обращения 13.01.2020)

Шишигин К.А. Гибридизация языков: глагольно-префиксальная система идиша. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2016. – 208 с.

Шишмарев В.Ф. Очерки по истории языков Испании; общ. ред. И. И. Мещанинова. – Изд. 2-е, стер. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – 344 с.

Evans N. Polysynthesis in Northern Australia // Oxford Handbook of polysynthesis; ed. by M. Fortescue, M. Mithun and N. Evans. – Oxford: Oxford University press, 2017. – Pp. 312–335.

Holm J.A. Pidgins and Creoles: Vol.1. Theory and structure. – Cambridge: Cambridge University Press, 1988. – 280 p.

Lee J. Tiwi today. A study of language change in a contact situation. – Canberra: The Australian National university, 1987. – 450 + viii p.

Spence J. Code switching and mixed language genesis in Tiwi // Proceedings of Annual Meeting of the Berkeley Linguistic Society, 2012. – 38. – Pp. 448–463.

**Ключевые понятия картины мира русского, казахского и английского этносов**

Нурадинова Нуржанат Жанболатовна

Казахско-русский международный университет, Казахстан  
030000, г. Актобе, ул. Айтеке би, 52  
магистр гуманитарных наук  
E-mail: zhanet\_girls@mail.ru

**Аннотация.** В статье автор анализирует понятие «языковая картина мира» на основе ключевых понятий, характерных для восприятия и устройства мира в английском, казахском и русском языках. В качестве примеров автор использует концепты, касающиеся родственных отношений, отношения к дому, а также пословицы и поговорки, наиболее ярко отображающие представления определенного народа о реальном мире и о своем месте в нем.

**Ключевые слова:** концепт, языковая картина мира, стереотип, национальный характер, языковое сознание, дериват, материальная культура, национально-культурная семантика языка.

УДК 801.81

**Key concepts of Russian, Kazakh and English ethnic groups' worldviews**

Nurzhanat Zh. Nuradinova

Kazakh-Russian International University, Kazakhstan  
030000 Aktobe, Ayteke bi Str., 52  
Master of Arts  
E-mail: zhanet\_girls@mail.ru

**Abstract.** The paper focuses on the notion of linguistic worldview drawing on the key concepts characterising the perception and structure of the world in English, Kazakh and Russian. As an example, the author uses concepts related to kinship, attitude to home as well as proverbs and sayings that most distinctly reflect the ideas of a certain nation about the real world and its place in it.

**Keywords:** concept, linguistic worldview, stereotype, national character, linguistic consciousness, derivative, material culture, national-cultural semantics of language.

UDC 801.81

**Введение.** Актуальность исследований национально-культурной специфики картины мира признана в последнее время мировой наукой и практикой. Весьма важна и культурно-речевая составляющая, так как речь современных молодых людей далека от нормативной. В ней часто присутствуют повторы, слова-паразиты, а также ненормативная лексика. Проблема языка и культуры касается самого развития науки о языке, которая в настоящее время не замыкается в рамках собственной языковой структуры и требует рассмотрения экстралингвистических факторов [О проекте Концепции развития полиязычного образования в Республике Казахстан 2008: 4].

**Материалы и методы.** Материалом послужили данные из словарных и литературных источников, применялись методы анализа, сопоставления, обобщения.

**Обсуждение.** Каждый естественный язык отражает определенный способ восприятия и устройства мира, или «языковую картину мира». Картина мира передает существенные, в понимании ее носителей, свойства бытия и является продуктом всей духовной деятельности человека, то есть является субъективным образом объективной реальности. Изучение представлений человека о мире является основой понятия «картина мира». Понятие языковой картины мира восходит к идеям В. фон Гумбольдта и Вайсгербера о внутренней форме языка. Каждый человек имеет субъективный образ некоего предмета, который не совпадает полностью с образом того же предмета у другого человека. Объективировать это представление может только, прокладывая «себе путь через уста во внешний мир». Слово несет на себе груз субъективных представлений, различия которых находятся в определенных рамках, так как их носители являются членами одного и того же языкового коллектива, обладают определенным национальным характером и сознанием. Языковая картина мира, как отмечает Г.В. Колшанский, базируется на особенностях социального и трудового опыта каждого народа. По мнению Э.Д. Сулейменовой, картина мира «создается благодаря познающей деятельности человека и отражающей способности его мышления». Картина мира представляет собой чрезвычайно сложное явление; она вариативна, изменчива. Одновременно в ней есть константы, присущие каждому индивиду, обеспечивающие взаимопонимание людей [Сулейменова 2007: 303].

Исходя из этого, концептуальная система зависит от физического и культурного опыта. Сопоставительные исследования дают огромную возможность изучения с помощью языковой картины не только родственных, но и разноструктурных языков. «Языковая картина мира» – факт национально-культурного наследия. Язык и есть одна из форм фиксации этого наследия, в том числе примет, поверий. Так, если в русском языке *гусь* вызывает представление о важности или жуликоватости, то в английском эта реалья ассоциируется с богатством, глупостью и т.п. Ср.: *важный гусь, экий гусь, гусь лапчатый* (о человеке); *the goose that lays the golden eggs* – «ку-

рица, несущая золотые яйца», источник обогащения; *the older goose the harder to pluck* – «чем старше человек, тем труднее заставить его расстаться с деньгами»; *as silly as a goose* – «глуп как пробка» [Кунин 1990: 393]. В отличие от русской *вороны*, ассоциируемой с рядом свойств и синонимичной по значению слову *разиня*, английское *bow* (ворона) не имеет метафорического деривата.

Примеров подобного рода можно привести много, поскольку языковые картины мира чрезвычайно разнообразны. Конфигурации идей, заключенные в значениях слов родного языка, воспринимаются говорящим как нечто само собой разумеющееся, и у говорящего возникает иллюзия, что так вообще устроена жизнь. Но при сопоставлении разных языковых картин мира обнаруживаются значительные расхождения между ними, причем иногда весьма существенные.

Наиболее важные для данного языка идеи повторяются в значении многих языковых единиц и являются поэтому «ключевыми» для понимания картины мира.

Одним из ключевых сквозных мотивов русской языковой картины мира является, например, внимание к нюансам человеческих отношений. Специфическим является само слово *отношение* <кого-то к кому-то> и *отношения* <между двумя людьми>; особенно трудно поддается переводу глагол *относиться* (в соответствующем значении). *Отношение* одного человека к другому – это часть его внутренней жизни, которая может в чем-то проявляться, но может и не проявляться, не теряя при этом своего экзистенциального статуса. При этом фраза: *Как ты ко мне относишься?* – это не только практикуемый среди подростков способ вынудить признание в любви, но также явный или скрытый сюжет весьма значительной части разговоров на русском языке, начиная от классического вопроса русского пьяницы: *Ты меня уважаешь?*

Для русской культуры родственные отношения обладают не только огромной ценностью, но и чрезвычайной эмоциональной насыщенностью. При этом любовь к своим совершенно не сопровождается равнодушием или недоброжелательством по отношению к чужим. Напротив, родственная теплота служит образцом доброго отношения к людям вообще. Здесь русский язык подтверждает традиционное представление о широте и щедрости русской души.

Можно сказать, что и в кочевом казахском обществе тема «рода», «родственности» выступала в качестве «общего знаменателя» для разрешения практически всех ситуаций, возникающих в ходе социального взаимодействия и определяла самовосприятие человека. К примеру, во время айтыса в ответ на вопрос к одному из участников «А какого вы народа?» (в оригинале именно народа – «ел», а не племени- «ру»), тот стал перечислять своих родовых предков [Диваев 1964: 67]. Несмотря на то, что «не кровное родство сохраняет общину как целое, а совместная хозяйственная деятельность» [Кабо 1996: 120], возможные партнеры для «совместной хозяйственной деятельности» отыскивались прежде всего среди родственников.

Такая ситуация формировала своеобразный психологический облик номада: он чувствовал себя защищенным, лишь ощущая принадлежность к своему «роду». Это обеспечивало ему устойчивость естественного мироустройства и позволяло рассчитывать на помощь родственников в трудные моменты: «...каждый казах, наученный горьким опытом неустойчивости своего хозяйства, заблаговременно, хотя бы и бессознательно заручается известными связями. В первую очередь последние устанавливаются в направлении родства... эти связи... постоянно поддерживаются обменом подарками» [Соколовский 1956: 14]. Об этом же свидетельствуют казахские пословицы, записанные во второй половине XIX в.: *Ағайын алтау болса адам тимейді* «Когда твоих родичей много никто тебя не тронет» [Гродеков 1989: 294].

Родственные связи играли важную роль в случае их установления и признания, а это не всегда зависело лишь от кровной близости. Например, *Жаман туыстан жат артық* «Чужой лучше родни, коль хорошо знаком» [Диваев 1964: 122], *Алыста жүрсе кісінескен Жақында жүрсе тебіскен* «Родню издали любят, а вблизи она кусается» [Юдахин 1999: 59].

Существовал специальный институт «керме», с помощью которого в хозяйственную ячейку (а с помощью усыновления – и в генеалогию) включались представители других родов или даже племен, волею обстоятельств оказавшиеся рядом. «Такая степень родства в смысле предоставления каких-либо действительных прав является сплошной фикцией...» [Соколовский 1956: 13]. Есть тому подтверждения и в казахских пословицах: *Жақсындан қашпа жаманға баспа* «Не считай хорошего человека посторонним, не считай дурного своим» [Гродеков: 267, 268]. Н.И. Гродеков свидетельствует также о том, что сдать гостя – неблизкого родственника властям не считалось предосудительным [Гродеков 1989: 114]. О неограниченности гостеприимства говорит пословица: *Қонақ: бір күн қонса – құт екі күн қонса – жұт* «Если гость остановился раз – счастье, два – бедствие» [Гродеков 1989: 113].

Другим ключевым концептом в языковой картине мира у разных народов считается отношение к дому.

Англичане говорят: *An Englishman home is his castle!* «Дом англичанина – это его крепость». В этой фразе отражено не только английское отношение к собственности, но и сама жизненная позиция англичан, сам национальный характер.

Русское слово «дом» можно считать эквивалентом английского *house*; однако эти слова совпадают лишь в двух значениях: «здание, строение» (например, каменный дом – *a stone house*) и «династия» (например, дом Романовых – *the House of Romanovs*). Во всех остальных значениях эти слова не совпадают. Русское «дом» имеет также значение «домашний очаг, место жительства человека», в котором оно соответствует другому английскому слову, а именно *home*. Данные примеры доказывают, что русское «дом» шире по значению и употребительности, чем английское *house*. Иначе говоря, понятие, выражаемое русским словом «дом», и то, что стоит за английским словом *house*, – это разные вещи, определяемые разными культурами.

В казахском языковом сознании концепт *дом* маркирован такими лексемами как *үй, юрта, шанырақ*. С «национальным домом» – юртой – была связана вся жизнь казаха, поэтому она занимала особое место в быту

казахов. Центральным элементом юрты являлся шанырак круговое на вершине купола юрты. Шанырак – символ семейного благополучия, мира, спокойствия. Шанырак был семейной реликвией, передавался из поколения в поколение, *кара шанырак* (букв. «черный остов») юрты отца почитался сыновьями как святыня. В серьезных случаях казахи клялись, глядя при этом на шанырак. Большое внимание уделялось свадебной юрте (отау). «Для художественной обработки отау и казахи среднего достатка не жалели ни средств, ни материалов; все стремились сделать свадебную юрту более нарядной, элегантной. На проведение свадьбы они нередко тратили все свое состояние» [Маргулан 1994: 8]. Значимость этого концепта для казаха отражена в устойчивых сочетаниях: *шанырақ биік болсын* «Пусть будет высоко поднят шанырак твоей юрты!» – благопожелание по поводу установки новой юрты, образования новой семьи; *шанырақ көтерді* – «установил шанырак, стал самостоятельным хозяином, создал семью».

Казахская юрта является не только элементом материальной культуры народа, но и содержит символику, в которой сосредоточена самая разнообразная информация о религиозно-мифологической картине мира. Так, доступные обыденному сознанию внешние признаки окружающего мира (ср. макрокосмос – юрта) и человеческое общество служили моделью в создании языковой картины мира казахов.

**Заключение.** Эти и многие другие примеры показывают, что языковая картина мира, отображает обиходно-эмпирический, культурный и исторический опыт некоторого языкового коллектива, наиболее ярко отраженный в строевых единицах языка, т.е. в тех единицах, которые непосредственно и прямо отражают внеязыковую действительность, называют предметы и явления окружающего нас мира. Можно утверждать, что национально-культурная семантика языка – это продукт истории, включающий в себя также прошлое культуры: чем богаче история народа, тем ярче и содержательнее строевые единицы языка.

#### Библиография

- Гродеков Н.И. Киргизы и кара-киргизы Сыр-Дарьинской области. – Ташкент, 1989. – Т. 1. Юридический быт. – 305 с.
- Кабо В.Р. Первобытная доземледельческая община. – М.: Наука, 1996. – 303 с.
- Диваев А.А. Казахская народная поэзия. Из образцов, собранных и записанных. – Алма-Ата, 1964. – 256 с.
- Кунин А.В. Английская фразеология. – М., 1990. – 344 с.
- Маргулан А.Х. Казахская юрта и ее убранство. – М., 1994. – 118 с.
- О проекте Концепции развития полиязычного образования в Республике Казахстан // Полиязычное образование в системе высшей школы: проблемы и перспективы. – Караганда: Изд-во КарГУ, 2008. – С. 3–8.
- Юдахин К.К. / Сост. Д. Давлетбакова. Сборник киргизских пословиц. – Ташкент, 1999. – 231 с.
- Сулейменова Э.Д. / Отв. ред. Словарь социолингвистических терминов. – Изд. 2-е. доп. и перераб. – Алматы: Казак университеті, 2007. – 330 с.
- Соколовский В.Г. Казахский аул. – Ташкент: КазЦСУ, 1956. – 139 с.

**Ассоциативно-прагматический потенциал библеизмов-зоонимов  
при объективации медийного образа Крыма**

Сегал Наталья Александровна

Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, Россия  
295043, г. Симферополь, ул. Киевская, 110/14  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: Natasha-segal@mail.ru

**Аннотация:** Статья посвящена изучению ассоциативно-прагматического потенциала библеизмов-зоонимов при объективации медийного образа Крыма. В работе доказывается, что актуализация крымской тематики в СМИ при помощи библеизмов определяется желанием авторов медиатекстов привлечь внимание к поднятым в тексте вопросам, а стилистическая окраска, экспрессивность, метафоричность и полисемантность библейских конструкций является мощным орудием влияния на картину мира людей и дает возможность формировать в сознании человека определенное отношение к политической жизни мира в целом и Крыма в частности.

**Ключевые слова:** политическая картина мира, медиатекст, библеизм, зооним, коннотация.

УДК 811.161.1:366.636

**Associative pragmatic potential of biblical zoonyms in objectifying Crimea's media image**

Natalija A. Segal

V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Russia  
295043 Simferopol, Kievskaya Str., 110/14  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: Natasha-segal@mail.ru

**Abstract.** The article explores the associative-pragmatic potential of biblical zoonyms as a means of objectifying Crimea's image in the media. It is found that the use of biblical expressions to verbalize the Crimean theme in the media results from the authors' desire to draw the readers' attention to the issues raised in the text while the stylistic coloring, expressiveness, metaphorical and polysemantic character of the biblical expressions is a powerful tool for influencing the worldview of the people and forming their attitude to the political life of the world in general and of Crimea in particular.

**Keywords:** political worldview, media text, biblical expression, zoonym, connotation.

UDC 811.161.1:366.636

**Введение.** Библеизмы отличаются семантикой оценочности качеств, свойств, эмоций человека, а также различных явлений и событий. Особенностью библейской фразеологии является назидательный характер, нравственно-этическая тематика, различные наставления, заповеди, предостережения, советы и т.д. Вышеуказанные характеристики библеизмов становятся весьма востребованными в публицистике и лежат в основе моделирования широкого спектра социополитических реалий. Комплексный анализ особенностей реализации библейской лексики и фразеологии в медиатекстах позволяет выделить следующие функции: 1) обобщающая: библеизмы могут выражать сущность сложных явлений, подводить итог сказанному; 2) оценочная (характеризующая): библеизмы могут служить характеристикой персонажа, поскольку они часто имеют образный характер. Бесспорным является тот факт, что ветхозаветные и новозаветные выражения придают речи образность и вызывают сложные ассоциации, что приводит не только к украшению современного публицистического текста, но и к достижению определенных прагматических целей.

Несмотря на многообразие исследований посвященных библейской лексике и фразеологии в текстах разных жанров (работы В.Г. Гака [Гак 1997], Ю.А. Гвоздарева [Гвоздарев 1994], Л.М. Грановской [Грановская 1998], К.Н. Дубровиной [Дубровина 2012], Н.Б. Мечковской [Мечковская 1978]), данный языковой пласт требует своего дальнейшего изучения.

**Материалы и методы.** Материал исследования включает массмедийные тексты печатного и электронного формата, а также фрагменты выступлений политиков за последнее десятилетие. Источником анализируемого материала послужили тексты русскоязычных информационных агентств, газеты и журналы, отражающие политические убеждения и идеологические установки. Анализ языкового материала, репрезентирующего различные, в том числе и полярные, политические взгляды, дает возможность воссоздать объективную картину политических событий. Проанализированный в диссертации корпус примеров не предполагает солидарности автора с контентом контекстов, а призван продемонстрировать специфику реализации в массмедийных текстах метафорических моделей и прецедентных феноменов, конструирующих фрагменты многоаспектной политической картины мира.

**Обсуждение.** Актуализация крымской тематики в СМИ при помощи библеизмов еще раз подтверждает желание авторов медиатекстов привлечь внимание к поднятым в тексте вопросам, а стилистическая окраска, экспрессивность, метафоричность и полисемантность библейских конструкций является мощным орудием влияния на картину мира людей и дает возможность формировать в сознании человека определенное отноше-

ние к политической жизни мира в целом и Крыма в частности. Цель предлагаемой статьи – выявление ассоциативно-прагматического потенциала библеизмов-зоонимов при объективации медийного образа Крыма 2014–2019 гг.

Зоонимичная лексика со сферой-источником «Библия» выразительнее, чем многие другие тематические группы, отображает особенности осмысления внеязыковой действительности. Отличительной чертой переносных значений, формируемых на основе данного пласта лексики, является социально-оценочный характер производных единиц. Широкий ассоциативный потенциал зоонимичных образов не определяется как признак именно современной эпохи, а относится к глубокой древности. Как показал анализ, наиболее частотными библеизмами-зоонимами, эксплицирующими крымские реалии, являются следующие: *волк в овечьей шкуре*, *голубь мира*, *козел отпущения и заблудшая овца*.

Известная характерологическая конструкция *волк в овечьей шкуре* фиксируется в Библии, в Евангелии от Матфея (гл. 7, ст. 15), в следующем контексте: «Берегитесь лжепророков, которые приходят к вам в овечьей одежде, а внутри суть волки хищные». В текстах Библии *волки* символизируют врагов, которые выступают против христианского учения и его приверженцев. Так, согласно Евангелию от Луки, Апостолы уподобляются ягнятам, находящимся среди *волков*, то есть врагов: «Я посылаю вас, как агнцев среди волков» (Лук. 10:3). В других библейских контекстах *волк* аллегорически символизирует собой расхитителя и опустошителя: «Волк пустынный опустошит их» (Иер. 5:6). В Ветхом Завете за свою жестокость гонители евреев сравниваются с волками лютыми. Таким образом, можно сделать вывод, что на начальном этапе развития христианства с образом *волка* связывались негативные характеристики, присущие наиболее деструктивным лицам и персонажам. Данный факт и определяет широту использования образа *волка* и устойчивую негативную коннотацию при функционировании данной единицы в контекстах.

Сравнивая лжепророков с *волками*, в приведенном фрагменте Евангелия от Матфея Иисус указывает на то, что их кротость и невинность являются притворными, тогда как их истинные характеристики – лицемерие и жестокость. В современной русской языковой картине мира конструкция *волк в овечьей шкуре* является весьма активной и в лексикографических источниках фиксируется в значении «злой, свирепый человек, притворяющийся кротким и безобидным, опасный лицемер» [Молотков 1978].

В текстах политических СМИ, моделирующих метафорический образ Крыма, данная конструкция активно функционирует, приобретая новые семантические оттенки. Так, фразеологизм-библеизм *волк в овечьей шкуре* используется авторами-журналистами для характеристики ряда политических субъектов и объектов, злоупотребляющих своими полномочиями или проявляющих коварство, лицемерие под маской порядочности и добродушия. При этом контекстное окружение устойчивой конструкции объясняет значение контекста: *«Волк в овечьей шкуре: Мустафа Джемилев [председатель Меджлиса и один из лидеров крымских татар до марта 2014 г. – Н.С.] призывает к миру, а сам готовится к войне»* (КП, 05.05.2016). В данном контексте показаны хитрость и лукавство политического деятеля, которые характеризуют Мустафу Джемилева как двуличного, лицемерного человека, который ведет непоследовательную и выгодную для себя политику; говорит одно, а делает другое.

Для усиления денотативного значения и придания иронической стилистической окраски устойчивой конструкции в текстах СМИ наблюдается использование антитезы: *«На прощание уже бывший замполит Кузнецов при встрече с еле передвигающим ноги Кудусовым с досады бросил: «Я думал, что ты овца, а ты оказался волком в овечьей шкуре»»* (Москва-Крым, 12.06.2018). В данном контексте противопоставление *овцы* и *волка в овечьей шкуре* подчеркивает умело сыгранную политиком роль, важную для его политической карьеры.

Важно отметить, что в политических медиатекстах, освещающих крымские реалии, конструкция *волк в овечьей шкуре* расширяет свой синтагматический и парадигматический потенциал и активно реализуется во множественном числе, характеризуя не конкретного субъекта, а совокупность субъектов, совершивших лицемерный поступок. Наиболее часто таких субъектов можно отнести к следующим тематическим группам:

1. **Организации или органы политической власти:** *«Волки в овечьей шкуре пытаются править бал. Полпред президента в Крымском федеральном округе Олег Белавенцев сообщил, что «шокирован уровнем коррупции в регионе» [...] многие годы коррупция на Крымском полуострове процветала под прикрытием правоохранительных органов, отдельные работники которых принимали участие в «крышевании» и организации коррупционных схем»* (Новости Крыма, 27.07.2014); *«Волки в овечьей шкуре. Чьи интересы отстаивают некоммерческие организации в сельском хозяйстве?»* (КП, 10.10.2017); *«Волки в овечьей шкуре, вредящие нашему городу! «Севпарки» [региональная общественная организация «Развитие севастопольских парков» – Н.С.] распространяют клевету и смущают жителей Севастополя»* (crimearf.info, 26.11.2018).

2. **Региональные политики:** *«Ещё весной идея оставить в управлении Крымом доставшихся в наследство от Украины управленцев казалась разумной, но рискованной. Сейчас, в трудную для всей России и особенно Крыма минуту, эта идея показала себя с опасной стороны. Волки в овечьих шкурах начали показывать свое истинное лицо»* (sevastopol.su, 09.01.2015); *«Наталья Поклонская добродетель или волк в овечьей шкуре?»* (<https://zen.yandex.ru>, 01.02.2019); *«У Натальи Поклонской совесть есть, в отличие от 328 волков в овечьей шкуре»* (Лица власти, 20.07.2018).

3. **Субъекты гражданского права:** *«Волки в овечьей шкуре. Русские, особенно из Крыма, по чужим паспортам строят себе карьеру в США»* (politua.org, 19.02.2019); *«Волки в овечьей шкуре: чем опасны бесплатные консультации лже-юристов»* (Крым. Реалии, 09.02.2019); *«Настоятель храма пророка Божия Или в Евпатории, протоирей Георгий Куницын просит главу местной администрации Андрея Филонова открыть в городе пляж для нудистов. «Дальше что? Православное ЛГБТ-общество? Прошу вашей помощи остановить этого волка в овечьей шкуре», – воззвал к редакции один из читателей»* (АН-Крым, 08.08.2017).

4. **Государства и регионы: «Волк в овечьей шкуре. Пытаясь выдать себя за пострадавшую сторону»** [Об Украине – Н.С.] в керченском инциденте, стремится всю вину свалить на РФ» (123ru.net, 28.05.2019); **«Волки в овечьей шкуре. Крым и Севастополь снова в составе России. Историческая справедливость восторжествовала»** (Конт, 21.10.2016).

Как показал анализ, весьма активно при функционировании конструкции *волк в овечьей шкуре* в медиатекстах, отражающих крымские реалии, является использование языковой игры. Так, в одном из контекстов назначение на должность Отари Аршба трактуется как «съедение», то есть смещение с должности Натальи Поклонской: **«Поклонскую «съел» волк в овечьей шкуре. Единорог Отари Ариба – глава комиссии по доходам и этике депутатов Госдумы. Он возглавил ее недавно, после смещения Натальи Поклонской с этого поста»** (www.9111.ru, 16.10.2018).

Вторым примером языковой игры может послужить трансформация устойчивой конструкции *волк в овечьей шкуре*, связанная с замещением зоонима *волк* на созвучную фамилию председателя Республиканского комитета по информации Вадима Волченко: **«Волченко в овечьей шкуре. В день журналистики 6 мая в программу «Открытая политика» (канал ГТРК «Крым») пригласили гостей, в числе которых был Вадим Волченко. Он тут же набросился на журналистку Первого российского канала, упрекая ее в негативном освещении Крыма за рубежом»** (Аргументы недели. Крым, 10.06.2013). Еще одним примером трансформации конструкции может послужить следующий контекст: **«Анатолий Волков: министр в овечьей шкуре. Министр транспорта Крыма Анатолий Волков покинул свой пост»** (04.04.2017). В приведенном контексте зооним *волк* замещается субстантивом *министр* при созвучной фамилии Волков.

Отметим, что при реализации в составе устойчивой конструкции ключевая единица *волк* в текстах СМИ может замещаться другими зоонимами при сохранении семантики конструкции: **«Не надо шакала одевать в овечью шкуру: Украинские заступники Ахтема Чийгоза, осуждённого сегодня, 11 сентября, Верховным судом РК на восемь лет за организацию массовых беспорядков в Симферополе 26 февраля 2014 года, мечтают, чтобы он сидел пожизненно, дабы самим не открываться от кормушки»** (regnum.ru, 11.09.2017).

Как показал анализ медиатекстов, глаголы *одевать (надевать) / сбрасывать* весьма активно реализуются в составе анализируемой устойчивой конструкции, показывая этапы трансформации личности политика: **«Тарута сбросил овечью шкуру: требует «зачистки» Донбасса и Крыма «любой ценой»** (Русская весна, 23.11.2014).

Анализируя функционирование фразеологизма-библейзма *волк в овечьей шкуре* следует отметить, что председатель Государственного совета Республики Крым В.А. Константинов часто использует данную конструкцию в своих выступлениях для характеристики украинских политиков, действия которых, по мнению В.А. Константинова, не позволяют считать их надежными: **«Константинов испугался волков в овечьей шкуре. Об этом на последнем заседании «парламента» заявил спикер «Госсовета» Крыма Владимир Константинов, отметив необходимость «защиты от волков в овечьей шкуре».** «Мне неожиданно пришла мысль, что мы с вами будем идти по улице Пушкина и вдруг нам навстречу встретятся волки такие в овечьей шкуре, например, Сенченко или Куницын», – сказал Константинов» (vestikavkaza.ru, 27.02.2015).

Предложение властей Крыма разработать региональный закон о запрете въезда в Республику политиков, которые поддержали проведение военной операции Киева в Донбассе, стало причиной для создания образа на основе исследуемой конструкции: **««Волки в овечьей шкуре» не должны приезжать в Россию. «Я сегодня говорю о «волках в овечьей шкуре», нам объявляют санкции, списки расширяются, нам необходимо на законодательном уровне обозначить людей, которых мы не хотим видеть на территории Крыма и РФ, людей, которые запятнали себя позором поддержки нацистского режима, братоубийственной войны на Юго-Востоке», – отметил Константинов»** (yasnonews.ru, 01.03.2015). Интересной является еще одна фраза В. Константинова, в которой исследуемая конструкция функционирует в трансформированном виде: **«Владимир Константинов: мы вовремя под овечьими шкурами разглядели волчий оскал»** (politika-crimea.ru, 27.02.2015).

Устойчивое выражение *метать бисер перед свиньями* фиксируется в Евангелии от Матфея (гл. 7, ст. 6), где приведены слова из Нагорной проповеди Иисуса Христа: «Не давайте святыни псам и не бросайте жемчуга вашего перед свиньями, чтобы они не попрали его ногами своими и, обратившись, не растерзали вас». В современных лексикографических источниках данная конструкция фиксируется в значении «напрасно говорить о чём-либо или доказывать что-нибудь тому, кто не способен или не хочет понять это».

В текстах СМИ анализируемый фразеологизм-библеизм имеет экспрессивную окраску и используется с иронической коннотацией. Интересным является тот факт, что в большинстве контекстов дается развернутая интерпретация конструкции, что связано прежде всего с прагматическими установками автора журналиста: опасаясь низкой узнаваемости и, как следствие, некорректного понимания ее значения, автор сам комментирует потенциальному адресату денотативное содержание библейского фразеологизма, объясняя тем самым причину и цель его использования в медиатексте в контексте той или иной политической ситуации: **«Бисер и свиньи. Есть такой фразеологический оборот: метать бисер перед свиньями, то есть высказывать мысли и чувства тому, кто не способен или не хочет понять и оценить их по достоинству. Судя по снимкам, кое-кто не смог оценить по достоинству стремление городских властей создать в парке на проспекте Гагарина, в районе стелы космонавтов, комфортную среду. Иначе как объяснить тот факт, что установленные здесь скамейки оказались перевернутыми, а окружающее пространство завалено пустыми бутылками? Поступок, конечно, сви́нский»** (Слава Севастополя, 17.08.2018).

В других политических контекстах авторы прямо дают отсылку к тексту Библии, указывая не только на источник конструкции, но и на ее характеристику в Священном писании: **««Крым есть и будет всегда частью РФ, несмотря на резолюцию ОБСЕ». По мнению депутата Госдумы Виталия Милонова, «метать бисер пе-**



*ред свиньями» можно, но в Священном писании написано, что это дело бесполезное и даже вредное»* (www.1sn.ru, 10.07.2017).

Интересными являются примеры трансформации конструкции, при которых происходит замещение зоонима *свиньи* другими субстантивами, номинирующими субъектов. В подобных конструкциях подчеркивается лишь бессмысленность тех или иных политических действий: «*Зачем метать бисер перед хынзырами. Последние события в Крыму свидетельствуют о том, что переговоры с Меджлисом, по инициативе Минтимера Шариповича Шаймиева проводившиеся на самом высоком уровне, не имели смысла, а эта организация принципиально недоговороспособна*» (24.04.2014); «*Не метать бисер перед Западом. Идея повторного референдума о статусе Крыма лишена какого бы то ни было смысла*» (www.km.ru, 27.05.2015); «*На полуострове начали метать бисер перед приездом куратора Крыма и ФЦП Козака. Срочно проводятся совещания и объезды объектов*» (Крымский канал, 11.10.2018).

Бесспорно, наиболее активно конструкция *метать бисер перед свиньями* в медиатекстах реализуется при оценке событий в Крыму в феврале-марте 2014 г. Так, показательными представляются контексты, в которых Украина и США не соглашались с правомочностью выбора крымчан, тогда как крымчане не интересуются их мнением по данному вопросу: «*Киев и Вашингтон настаивают, что Республика Крым не имела права на объявление независимости, поскольку не испросила у Киева разрешения на проведение референдума. А смысл метать бисер перед свиньями?*» (Голос Севастополя, 14.08.2016). Как показал анализ медиатекстов, в контекстах политической направленности анализируемая конструкция активно используется с негацией и глаголом в форме императива, что подчеркивает бесполезность и безрезультатность проведения диалога: «*Не мечите бисер перед свиньями: в Госдуме «оценили» совет ПА ОБСЕ отказаться от Крыма*» (riafan.ru, 09.07.2017).

Выражение *голубь мира* восходит к Библейскому рассказу о голубе, принесшем Ною в ковчег ветвь маслины (Бытие, 8: 10–11). Контекстуальное значение опирается на денотативное, при этом словосочетание *голубь мира* реализуется с яркой позитивной коннотацией: «*В небе над Крымом воспарил голубь мира*» (komtv.org, 26.07.2016); «*Голуби мира для Крыма. Москвичи отважились на еще одну пацифистскую акцию, которая была организована против военного конфликта в Крыму*» (www.festinato.ru, 04.03.2014); «*Голубь мира*» Кремля. Резолюция по Крыму признает Россию оккупирующей стороной и призывает ее руководство обеспечить в Крыму доступ для мониторинга ситуации по правам человека» (inosmi.ru, 21.11.2016).

*Козел отпущения*, согласно религиозным представлениям, – особое животное, которое после символического возложения на него грехов еврейского народа отпускали в пустыню. *Козел отпущения* в медиатекстах представляется символом искупления и берет на себя вину за деструктивные действия, к которым не имеет отношения: «*Провал крымской операции. Поиски козла отпущения*» (ЗН, 04.05.2015); «*На Украине нашли нового «козла отпущения», которого обвинили в присоединении Крыма к России*» ([politobzor.net](http://politobzor.net), 19.08.2017); «*Крымские козлы отпущения*» ([Обозреватель](http://Обозреватель), 01.09.2017); «*В поисках козла отпущения, или новости Крыма*» ([nesekretno-net.ru](http://nesekretno-net.ru), 30.03.2017).

Словосочетание *заблудшая овца* фиксируется в Новом Завете, в Евангелии от Матфея (гл. 18, ст. 12 – 13), где сказано следующее: «*Как вам кажется? Если бы у кого было сто овец, и одна из них заблудилась, то не оставит ли он девяносто девять в горах и не пойдет ли искать заблудившуюся? И если случится найти ее, то, истинно говорю вам, он радуется о ней более, нежели о девяносто девяти не заблудившихся*». Выражение встречается также в Евангелии от Луки (гл. 15, ст. 4 – 6). В лексикографических источниках отмечается, что так говорят о человеке беспутном, сбившемся с правильного пути. В медиатекстах данное словосочетание встречается преимущественно во множественном числе, характеризуя не конкретного субъекта, а ряд политиков, злоупотребляющих своими полномочиями или проявляющих некомпетентность в ведении дел: «*Крымский спикер надеется после нового года вернуть своих заблудших овец в стойло*» (kafanews.com, 18.12.2018); «*Пресс-служба КР ПСПУ намекает, что лидеры Ялтинской и Алуштинской парторганизаций – предатели или заблудшие овцы*» (www.kianews.com.ua, 20.04.2017); «*Украина всё делала, что бы вернуть «заблудших овец», жителей Крыма, обратно*» (КП, 22.04.2018); «*Как заблудшая овца в стадо вернулась. Телеканал «Россия 1» проанонсировал 8 марта показ фильма Андрея Кондрашова под названием «Путь на Родину», который поведаст зрителю о том, как Крым вернулся на Родину*» ([andergx.livejournal.com](http://andergx.livejournal.com), 09.03.2015).

**Заключение.** Анализ библеизмов-зоонимов позволяет выявить характерные особенности моделирования образа Крыма и способствует процессу формирования положительного или негативного отношения к происходящим событиям и ситуациям в регионе. Анализ показал, что, наряду с устоявшимися и стереотипными значениями, в массмедийных текстах реализуются и новые, нетипичные значения, которые позволяют по-новому охарактеризовать определенные политические, экономические и иные действия. Метафорическое моделирование образа Крыма в русскоязычных СМИ 2014–2019 гг. с опорой на лингвистические и экстралингвистические факты свидетельствует о неоднозначности его интерпретации, обусловленной прагматическими установками адресанта и его политическими предпочтениями, а также целевой аудиторией медиапродукта.

#### Библиография

- Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Заветов. – М.: АСТ, 2014. – 968 с.  
 Гак В.Г. Особенности библейских фразеологизмов в русском языке (в сопоставлении с французскими библеизмами) // Вопросы языкознания. – 1997. – № 5. – С. 55–56.  
 Гвоздарев Ю.А. Библеизмы в русской фразеологии (к истории освоения) // Эволюция лексико-фразеологического и грамматического строя русского языка. – Магнитогорск, 1994. – С. 26–34.  
 Грановская Л.М. Библейские фразеологизмы (опыт словаря) // Русская речь. – 1998. – № 1. – С. 73–79.  
 Дубровина К.Н. Библейские фразеологизмы в русской и европейской культуре. – М.: Флинта: Наука, 2012.  
 Мечковская Н.Б. Язык и религия: пособие для студентов гуманитарных. – М.: Агентство «ФАИР», 1998. – 352 с.  
 Молотков А.И. Фразеологический словарь русского языка. – М.: Рус. яз., 1978. – 543 с.

«Руглишь! А поговорить? (о внедрении транслитерации в русскую речь)»

Струкова Татьяна Георгиевна

Воронежский государственный педагогический университет, Россия  
394036, г. Воронеж, ул. Ленина, 86  
доктор филологических наук, профессор  
E-mail: tstrukova@vmail.ru

**Аннотация.** В статье ставится проблема подмены культурного кода в эпоху гиперреальности, незаметное вытеснение русского слова через транслитерацию, формирование феномена «Руглишь», что рассматривается как модная технологичная/коммуникативная новация, нацеленность манипуляций с транслитерациями на создание симулякров, которые приводят к разрушению истинной картины реальности и замене национального образа настоящего и будущего.

**Ключевые слова:** транслитерация, культурный код, Руглишь, симулякр, образы настоящего/будущего, гиперреальность.

УДК 392:821.161.1-3

"Ruglish! Have a talk?" (on implanting transliteration into Russian speech)

Tatyana G. Strukova

Voronezh State Pedagogical University, Russia  
394036 Voronezh, Lenin Str., 86  
Doctor of Sciences (Philology), Professor  
E-mail: tstrukova@vmail.ru

**Abstract.** The article brings up the following problems for discussion: the substitution of the cultural code in the epoch of hyperreality; imperceptible eviction of the Russian word by the usage of transliteration; formation of the Ruglish phenomenon as a modern technological/communicative innovation; creation of transliteration simulacrum leading to demolishing the image of reality and ousting the national image of the present and the future.

**Keywords:** transliteration, cultural code, Ruglish, simulacrum, images of present/future, hyperreality.

UDC 392:821.161.1-3

*О, друг мой, Аркадий Николаич! Об одном прошу тебя: не говори красиво.  
И.С. Тургенев. Отцы и дети*

Начну с цитаты, намеренно нарушая общепринятый стиль научной статьи. И. С. Тургеневу принадлежит знаменитый завет: «Берегите чистоту языка как святыню! Никогда не употребляйте иностранных слов. Русский язык так богат и гибок, что нам нечего брать у тех, кто беднее нас».

П. Мериме утверждал, что «русский язык – это язык поэзии». А Л.Н. Толстой жестко заметил: «Если бы я был царь, я бы издал закон, что писатель, который употребит слово, значения которого он не может объяснить, лишается права писать и получает сто ударов розог».

Ф.М. Достоевский настаивал: «Лишь усвоив в возможном совершенстве первоначальный материал, то есть родной язык, мы в состоянии будем в возможном же совершенстве усвоить и язык иностранный, но не прежде».

Дж. Оруэлл, автор знаменитого романа «1984», призывал соотечественников: «Никогда не используйте иностранных, научных слов или жаргон, если существует эквивалент на английском языке».

А теперь реклама: «Не пропусти уникальный иммерсивный бал, в котором главная героиня – это ты. Тебя ждут прекрасные принцы и волшебные сюрпризы!». И далее ссылка на сайт, честно предупреждающий, что его владельцы собираются использовать ваши персональные данные, на передачу которых вы, конечно же, добровольно дали согласие.

Стоит разобраться с «иммерсивным балом». Итак: immersive (англ.) – прил.; 1) много направленный, с одновременным воздействием на человека посредством нескольких каналов восприятия (зрение, слух, обоняние, осязание); 2) инфрм., кино – иммерсивный, создающий эффект присутствия. Главный смысл слова immersive – это эффект погружения в моделируемую, искусственную реальность.

Замечу, что глубина восприятия мира, многозначность и множественность его интерпретации была и есть неотъемлемая часть таланта художника, музыканта, писателя. В вот когда кого-то приглашают на «иммерсивный» бал или в «иммерсивный» театр, то в этой конструкции подчеркивается *технологический* фактор, потому что действие разворачивается в созданной компьютером искусственной реальности, в которой принц совсем не настоящий человек, а виртуальная картинка.

Или любимое лингвистами слово «адгерентный». «Словарь синонимов» дает следующий ряд: адгерентный – привнесенный – наносный, внесенный, добавленный, включенный [см: словарь синонимов]. Вот, к примеру, высказывание: «Адгерентные коннотации имеют названия контекстные, окказиональные. Они могут быть выражены стилистически нейтральными словами, которые приобретают экспрессивные и эмоциональные оттенки только в определенном контексте, в определенной речевой ситуации» [Ратько 2017: 182].

Английское *adherent* как существительное означает *адент, поборник, сторонник, приверженец*. Как прилагательное *adherent* может значить *вязкий, липкий, клейкий, сросшийся, приросший, прикрепленный, присоединенный, прикрепленный к субстрату, плотно прилегающий*. Транслитерация – адгерентный – создает наукообразный сленг, который, во-первых, призван подчеркнуть принадлежность субъекта к закрытому сообществу посвященных; во-вторых, усилить собственную научную весомость [см: Горбунов 2018].

«Адгерентные коннотации» со всей очевидностью подчеркивает забвение или незнание призыва Дж. Оруэлла, который настаивал, что необходимо искать подходящее выражение в родном языке. Вернее всего будет перевести *adherent connotation* как *дополнительный/дополненный смысл*, который формируется контекстом; в расширительном варианте можно иметь в виду подтекст. Поиски слова на родном языке приводят к ясному пониманию того, что как будто научная фраза грозит обернуться незнанием и своего языка, и чужого, хотя вам с неизбывным энтузиазмом будут доказывать, что все это просто термины.

Аденты глобального английского языка с необъяснимым восторгом утверждают: если все технические термины существуют на английском языке, то для понимания прогрессивного технологического мира достаточно транслитерации, перевод не нужен и даже архаичен, он как будто подчеркивает полное выпадение из «прекрасного нового мира». Напомним, что так называемый *comp. lang* был придуман в 1980-е гг. как язык программирования. *Comp. lang* был намеренно обеднен для сотрудников компьютерной сети, работающих удаленно, к примеру, где-нибудь в Индии.

Отмечу, если слово фиксируется в художественном произведении, то это свидетельство того, что в каком-то регистре повседневной речи, например, в молодежном сленге, оно уже закрепилось. Русский язык тем и велик, что, используя слово (модное, узкопрофессиональное, техническое и т.д.), он его может запросто приспособить с помощью многочисленных приставок и суффиксов, превратив откровенное заимствование в самый настоящий «русизм».

Кстати, разного рода объяснений обильному вбросу англицизмов нынче множество, но они никак не трагируют глубинную проблему, – какова культурологическая и цивилизационная цель «модных» новшеств?

Наши образы настоящего и будущего складываются из русских сказок, литературы, кино, именно так формируется культурно-историческая среда – от обыденного языка до культуры во всех ее ипостасях. Западный мир создает собственные образы настоящего и будущего исключительно для себя, ориентируясь только на свои мифы, сказки, книги, фильмы.

Среди подростков и молодых людей сегодня модны такие слова:

«райтер» (writer – писатель);

«лайв-баттл» (life-battle – схватка не на жизнь, а на смерть);

«хоуми» (honie – амерк. разг. – друг, подруга);

«бро» (brother – брат);

«рилли» (really – действительно, в самом деле);

«чилить» (to chill – остужать);

«агриться» (to be angry – быть злым, негодующим);

«сорян» (sorry – сожалеть);

«фуди» (food – еда);

«чекать» (to check – проверить, уточнить);

«хейтить» (hate – ненависть);

«рофлить» (rofl – аббревиатура фразы rolling on the floor laughing – от смеха кататься по полу);

«лайк» (likes – симпатии);

«рейтинг» (rating – брит. – оценка, определение стоимости; амер. – оценка, показатель популярности);

«хайп» (hype – навязчивая реклама, надувательство, шумиха).

Но все они никак не есть заветный пароль доступа в «дивный новый мир», завтра будут модны другие. Несомненно, язык – дело живое и развивающееся, однако ломаный язык коверкает мышление и, в конечном итоге, восприятие мира становится изломанным.

В 1980 году Жорж Батай возвращает в активный гуманитарный оборот широко используемый в античности термин «симулякр» (simulacrum – лат. – подобие, видимость, образ, тень). В свою очередь Жан Бодрийар в 1981 году выпускает книгу «Симулякры и симуляция», в которой он называет современную эпоху эрой гиперреальности [см: Бодрийар]. Составляющими частями гиперреальности становятся знаки или несамостоятельные феномены. Они отсылают уже не к самому явлению или реальной вещи, а к чему-то другому, симулятивному. Ж. Батай считал, что для современного мира характерно чувство полной утраты реальности.

Разрабатывая теорию о порядке симулякров (копии, функциональные аналоги и собственно симулякры), Ж. Бодрийар относил моду (наряду с деньгами, общественным мнением и т.д.) к третьему уровню симуляции. Ж. Бодрийар писал, что мода как явление в широком смысле слова – просто *кажимость*. Эта *кажимость* призвана завуалировать внешнее влияние на сознание и поведение человека для достижения собственной цели, истинный смысл которой для индивидуума, на которого нацелено воздействие, полностью скрыт.

В романе Т. Устиновой «Звезды и Лисы» Юлия-Лиса, удивительная спутница главного героя Ника, рассуждает так: «Ведь самое главное, чтобы модно!.. Взять, к примеру, уши. Если они огромные, как у летучей мыши, – это хорошо, их можно еще больше оттопырить, и это будет твоя фишка» [Устинова 2018: 159]. И, как ехидно замечает Юлия-Лиса, этому «тренду» по поводу ушей следуют только молодые, а сорокалетние старухи совсем отстали, они накачивают губы. «На них в тусовке не клюют, продвинутые! А че там хозяевам рынка стройматериалов нравится, это я не в курсе» [Устинова 2018: 159].

Мишель Фуко подчеркивал, что гиперреальность бесконечно множит знаки-симулякры, провоцируя тем самым тягостное ощущение бессмысленности бытия [см: Фуко]. Гиперреальность агрессивно выдавливает на

исторические задворки народную память, она намеренно делается незначительной или неправильной. Память народа стирается безвозвратно, без возможности восстановления. Кроме этого, уничтожается та реальность, какая была на самом деле. Манипулирование коллективным сознательным и бессознательным при помощи слова, знака, символа, мифа, видеоряда и т.д. приводит к тому, что людям навязывается реальность, какую они должны помнить в данное мгновение. Мишель де Серто писал, что определенные формы культурных практик, свойственные и эпохе, и нации в целом, позволяют увидеть неразрывную «связь со словом источником всякой власти» [Certeau 1999: 45].

Вытеснение русской речи направлено на поражение сознания (лат. – *consciencia*), слом самоидентификации народа, утрату национальной, этнической, государственной идентичности, разрушение цивилизационного кода и внутреннего единства, культурной суверенности страны. Цель новояза – лишение тех, кто объявлен соперником, собственного языка, увод проблемы от её обозначения, отрыв формы слова от его содержания. Новояз незаметно разрывает единое «поле культуры» (П. Бурдьё), выстраивает стену непонимания между поколениями, полярно разводит разные социальные слои, углубляет недоверие, формируя у одних групп комплекс снобистского превосходства, а у других – незаслуженный комплекс неполноценности.

Намеренная игра со значениями приводит к подмене смысла, тем более, если первоначально он был негативно окрашен: «Брат уверял, что это не просто костюм, а ... «коллаб», что означает «коллаборацию брендов»! Ник сказал, что знает только французское коллаборационистское правительство времен второй мировой войны ... Сандро сообщил, что «коллаб» – это когда две знаменитые марки одежды сговариваются и выпускают современный продукт. Сандро, как человек светский, разбирался в брендах, марках и прочей ерунде» [Устинова 2018: 209].

Ремарка: *collaborate* – сотрудничать с врагами, оккупантами; *collaboration* – коллаборационизм; сотрудничество с врагами, оккупантами.

В настоящее время разрушается само понятие разговора. Героиня романа «Звезды и Лисы» точно отметила смысловую перемену слова «беседа»: «Ток-шоу показывали, то есть говорильное представление!» [Там же: 159]

Мир перестал быть реальным, важным, понимаемым. В «шоу-мире» (Ги Дебор) самым главным стал успех, и совсем не важно, каким способом он достигается. И не суть, о чем идет речь – о разводах, чужих и своих мужьях/женах, балетной премьере или политике. Молва, сплетня, скандал прибавляет «лайков», поднимает «рейтинг», помогает поймать «хайп».

Едкая ирония по поводу нынешней культурной ситуации зафиксирована в эпизоде романа «Земное притяжение»: «Чтения проходили в корпусах бывшего завода «Серп и молот», нынче переделанного под современные нужды. Здесь размещались фотостудии, кинозалы, уютные галереи, крохотные антикафе, чилл-ауты, студии звукозаписи, помещения для «квартирников» – не в квартирах же проводить «квартирники»! – веганские кафе, столовые по типу советских – для прикола, – зоны релакса, декорации для съемок, корнеры, в которых продавалась одежда из натуральных материалов, лавки с био – и фермерскими продуктами и другие необходимые современные человеку штуки» [Устинова 2017: 308–309].

Все идет по давно обозначенному пути: «Шумим, братцы, шумим!»

Бородатый мальчик, с виду журналист, завсегда самых модных мест, задает героине вопрос: «Вы согласны, что чем более интенсивной и удаленной становится коммуникация, тем больше она стимулирует людей к личному общению?» [Там же: 312] Он совершенно искренне считает, что Интернет способен заменить встречу знакомцев или друзей, что виртуальное присутствие какой-либо персоны в телефоне, планшете, компьютере и т.д. достаточно для «коммуникации». А люди почему-то предпочитают общаться «в реале»!

Ответ юной красотки Даши незатейлив только на первый взгляд:

– Может, людям просто хочется поговорить?

– Как?

Даша показала, как именно.

– Поговорить словами. Друг с другом [Там же: 312].

И действительно, может быть, уже просто начать разговаривать? Друг с другом на родном языке, а не на руглище. И вспомнить слова И.С. Тургенева о том, что «нам нечего брать у тех, кто беднее нас».

#### Библиография

- Бодрийар Ж. Симулякры и симуляция. – М.: Издат. дом «Постум». – 2015. – 240 с.
- Горбунов А.П. Сверх(транс)сущность труда и эволюция создаваемых им типов ценности, стоимости: от наемного труда и финансового капитала – к преобразовательному самостоятельному сверхтруду и сверхкапиталу // Вестник Пятигорского гос. ун-та. – 2018. – № 1. – С. 9–25.
- Ратько М.А. Адгерентные коннотации и их роль в изучении иностранного языка // Предметная и методическая компетентность как важнейшая составляющая профессионального мастерства преподавателя иностранного языка / Белорус. гос. пед. ун-т; отв. ред. В.П. Скок. – Минск: БГПУ. – 2017. – С. 182–185.
- Словарь синонимов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_synonims](https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonims) (дата обращения 10.01.2020).
- Струкова Т.Г. Массовая литература как феномен культуры // Вестник Воронежского гос. ун-та. – Серия: Филология. – 2017. – № 3, июль-сент. – С. 62–73.
- Устинова Т. Звезды и Лисы. – М.: Эксмо. – 2018. – 320 с.
- Устинова Т. Земное притяжение. – М.: изд-во Э. – 2017. – 320 с.
- Феномен повседневности в литературе XX века: монография / науч. ред. Т.Г. Струкова. – Воронеж: ВГПУ. – 2013. – 208 с.
- Фуко М. Герменевтика субъекта. – СПб.: изд-во Наука. – 2007. – 677 с.
- The Certeau Reader / Ed. by Gr. Ward. – Blackwell Publishers. – 1999. – 135 p.

**Русский язык как концептуально-семиотическая система  
в контексте мировой и национальной культуры**

Усанова Ольга Григорьевна

Челябинский государственный институт культуры, Россия  
454091, г. Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а  
кандидат педагогических наук, доцент,  
E-mail: ogu@mail.ru

**Аннотация.** В статье отмечается, что русский язык по-разному функционирует в зависимости от социальной и территориальной принадлежности его носителей, сферы общения, целей и типов этого общения. Профессия, возраст, пол, социальные пристрастия, эмоциональное состояние – все это определяет особенности межнациональной речевой коммуникации собеседников.

**Ключевые слова:** язык, диалект, коммуникативная функция, литературный язык, кодифицированные нормы языка.

УДК 811.161.1

**Russian language as a semioconceptual system  
in the context of world and national culture**

Olga G. Usanova

Chelyabinsk State Institute of Culture, Russia  
454091 Chelyabinsk, Ordzhonikidze Str., 36a  
Candidate of Sciences (Pedagogy), Associate Professor  
E-mail: ogu@mail.ru

**Abstract.** The paper argues that the Russian language functions differently depending on the social and territorial identity of its speakers, the sphere of communication, its goals and types. Profession, age, gender, social predilections, emotional condition – all these parameters determine the peculiarities of interlocutors' inter-ethnic speech communication.

**Keywords:** language, dialect, communicative function, literary language, codified norms of language

UDC 811.161.1

**Введение.** Язык представляет собой полифункциональную систему, имеющую дело с информацией – с ее созданием, хранением, передачей. Функции языка связаны с его сущностью, природой, назначением в обществе и в то же время взаимосвязаны в большей или меньшей степени между собой. Главнейшей функцией языка является коммуникативная, т.к. язык служит средством человеческого общения. К базовым (первичным) функциям языка относят также когнитивную (познавательную), благодаря которой происходит познание, изучение мира, и эмоциональную, проявляющуюся в способности выражать чувства и эмоции говорящих, их оценки.

Общественные функции различаются объемом, т.е. охватом населения, говорящего на данном языке. Наибольший объем присущ языкам национальностей и народностей независимо от того, существуют они только в устной форме или как в письменной, так и в устной.

**Материалы и методы.** Материалы исследования обоснованы научными источниками, отражающими современное состояние и перспективы наиболее актуальных проблем изучения в области лингвистики, лингвориторики, межнациональной коммуникативистики, педагогики. Были использованы такие методы, как сопоставление, обобщение и интерпретация.

**Обсуждение.** Русский язык входит в число наиболее распространенных языков мира. На земном шаре на нем говорят около 250 млн. человек. По степени распространенности русский язык занимает пятое место в мире, уступая лишь китайскому (на нем говорят свыше 1 млрд. человек), английскому (420 млн.), хинди и урду (320 млн.) и испанскому (300 млн.) [Федосюк и др. 2014:17]. При этом русский язык используют в общении не только те люди, для которых это их родной язык. Как сказано в 68-й статье Конституции Российской Федерации, русский язык является государственным языком России [Конституция 1993].

В национальных языках могут иметь место территориальные и социальные диалекты. Под территориальным диалектом исследователи понимают разновидность данного языка, которая употребляется лицами, проживающими на определенной территории, и обладает определенными чертами, противопоставленными особенностями других диалектов.

Под социальным диалектом (его чаще называют жаргоном, сленгом, аргом) понимают разновидность данного языка, используемую лицами, принадлежащими к одной социальной или профессиональной группе. Социальные диалекты различаются обычно только лексикой. Исторически известны в России дворянский, купеческий жаргоны, жаргоны различных групп ремесленников, нашедшие отражение в русской классической литературе. В настоящее время чаще говорят о молодежном жаргоне (студенческом и школьном).

Различают несколько основных социальных форм существования конкретных языков:

- индивидуальный язык, присущий тому или иному человеку независимо от его общественного положения;
- говор, представляющий множество близких по структуре индивидуальных языков, которые обслуживают одну локально ограниченную, замкнутую группу людей, имеющих местные различия;
- диалект, образуемый множеством говоров, которые характеризуются внутривидовым единством;
- язык, включающий ряд диалектов, между которыми могут быть некоторые различия в фонетике, лексике, грамматике, но они незначительны по сравнению с имеющейся общностью.

На определенном этапе национального и социального развития общенародный язык приобретает форму своего бытия – форму литературного языка.

Литературный язык – понятие историческое. Он возникает на определенном этапе формирования нации как некоторой экономической, политической и культурной общности людей, и сам литературный язык является неотъемлемым признаком нации. Общенациональный характер литературного языка отличает его от таких образований, как диалект, или местный исторически сложившийся народный говор, просторечие, наблюдаемое у горожан, не вполне овладевших нормами литературного языка, аргю, распространенное в какой-либо достаточно узкой социальной группе, например, в студенческой среде. Однако никакой границы между этими языковыми образованиями и литературным языком нет. Достаточно сказать, что сам литературный язык обычно создается на базе одного или нескольких народных говоров и постоянно идет процесс влияния говоров на литературный язык и литературного языка на говоры.

Одной из важных особенностей литературного языка является его сознательное культивирование именно как литературного, обслуживающего разные потребности всей нации: нормы литературного языка закрепляются (узакониваются, кодифицируются) в грамматиках и словарях, изучаются в школе, поддерживаются средствами массовой коммуникации (газеты, радио, телевидение) [Усанова 2015: 78].

Литературный язык, являясь общенародным средством коммуникации, постоянно вступает во взаимодействие с различными формами национального языка – региональными (в двуязычной или многоязычной среде), с диалектами, с городским просторечием, с жаргонами и профессиональными языками. Русский язык при всей своей гибкости и разносторонней развитости на протяжении всей своей истории не оставался неизменным. В этих условиях неизбежно со всей остротой вставали и встают вопросы нормализации, выработки единых кодификационных норм. Поэтому прав был Г.О. Винокур, отмечавший следующее: «Целью языковой политики может быть только сам язык. В противном случае язык превращается лишь в средство, объект достижения целей собственно политических, а не культурно-лингвистических... Языковая политика есть не что иное, как основанное на точном, научном понимании дела руководство социальными лингвистическими нуждами» [Винокур 2010: 21].

Русский язык всегда являлся официальным и государственным языком страны, когда она была империей, когда она была Союзом, и теперь, когда она просто Россия. Русский язык применяется в дипломатическом, юридическом, культурном общении; представляет всему миру российские достижения; благодаря знанию особенностей русского языка ведется делопроизводство (в большей части регионов страны), а также на этом языке идут общегосударственные трансляции всех средств массовой коммуникации.

Безусловно, периодически появляются сложности, касающиеся взаимодействия русского и национальных языков. Они обуславливаются стремлениями обособления не только на территориальном, но и на языковом уровне. Очевидно, что такие явления ограничивают развитие, прикрывают перспективы совершенствования как самого межнационального контакта, так и развития национальных культур.

В Челябинском государственном институте культуры в 2019/2020 учебном году на подготовительном отделении в сентябре сформированы мультиэтнические группы начального уровня. В классе – разновозрастные (от 18 до 33 лет) студенты из Анголы, Бразилии и Колумбии, говорящие на испанском и португальском языках (родной язык), использующие в качестве языка-посредника английский язык (изучался в школе или вузе в родной стране). Очевидно, что в силу возраста и жизненного опыта, мотивация к обучению, особенности адаптации будут различаться (см. об этом исследование С.В. Буцыка и др., где отмечается, что мотивом приезда в РФ является не только «престиж российского образования в области музыкального искусства, желание узнать другую культуру и большая доступность высшего образования с учетом обучения за счет средств бюджета РФ», но и проблема безопасности личности в родных странах. Цель их обучения – стать бакалаврами и магистрами по специальностям гуманитарного профиля (музыкально-инструментальное искусство, музыковедение и музыкально-прикладное искусство, дизайн) [Буцык и др. 2017: 140].

**Заключение.** Посредством литературного языка создается единство нации. Кодифицированные нормы литературного языка – это такие нормы, которым должны следовать все носители литературного языка. Культура речи начинается там, где язык предлагает выбор для кодификации, и выбор этот далеко не однозначен. Часто можно услышать *километр*, но норма – только – *кило́метр*, не менее часто звучит *договор*, но норма – *догово́р*, хотя сейчас уже не запрещается категорически и *дбговор*, тогда как тридцать лет назад такое ударение запрещалось. Это свидетельствует еще и о том, что современный русский литературный язык, который рассматривается как язык от А.С. Пушкина до наших дней, не остается неизменным. Если же следовать раз и навсегда установленным нормам, наметится опасность того, что общество перестанет с ними считаться и будет произвольно устанавливать свои нормы. Поэтому постоянное наблюдение за развитием и изменением норм – одна из основных задач лингвистической науки о культуре речи. Язык в качестве концептуально-семиотической системы создается постепенно и развивается в процессе функционирования, а специальные средства общения, передачи и хранения информации являются результатом разового соглашения людей, име-

ют продуманный характер. Русский язык и в настоящее время остается языком межнациональной коммуникации.

#### **Библиография**

Буцык С.В., Жернокова Н.А., Усанова О.Г. О некоторых проблемах подготовки иностранных граждан в вузе культуры [Текст] / С.В. Буцык, Н.А. Жернокова, О.Г. Усанова // Высшее образование в России. – 2017. – № 8/9 (215). – С. 135–142.

Винокур Г.О. Культура языка. Подготовка текста И.В. Пешкова. – Изд-во «Лабиринт», М., 2006. – 256 с.  
Конституция (Основной закон) Российской Федерации. – М., 1993.

Усанова О.Г. Процесс освоения высокой литературы и культуры в повседневной языковой практике молодежи / О.Г. Усанова, Е.А. Селютина // Сб.науч.трудов V Междунар.междисципл.конгресса «Голос и речь». – М.: «Граница», 2015. – С. 78–83.

Федосюк М.Ю., Ладъженская Т.А., Михайлова О.А., Николина Н.А. Русский язык для студентов-нефилологов: Учебное пособие. – Издание: 16-е. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. – 256 с.

## Слова как знаки: хромосемантика

Чечина Ольга Николаевна

Самарский государственный технический университет, Россия  
443100, г. Самара, ул. Молодогвардейская, 244  
доктор химических наук  
E-mail: chechinao@yandex.ru

**Аннотация.** Сформулированы принципы четырёхуровневого цветового мышления. На основе представлений о дуализме природы света выполнен экспериментальный научно-технический анализ лингвистики региона золотой середины материка на востоке от Арарата севера Средней Азии. Рассмотрены примеры фоно- и хромосемантики. Выявлены некоторые географические, культурно-исторические, социально-психологические, а также биологические факторы лингвокологистики. Предложена альтернативная синергетическая концепция словообразования.

**Ключевые слова:** хромосемантика, фоносемантика, графосемантика, слово, словообразование, научно-технический подход, синергетика, эксперимент, статистика.

УДК 7.046.3.017.4

## Words as signs: Chromosemantics

Olga N. Chechina

Samara State Technical University, Russia  
443100 Samara, Molodoguardeyskaya Str., 244  
Doctor of Sciences (Chemistry)  
E-mail: chechinao@yandex.ru

**Abstract.** The paper formulates principles of four-level color thinking. On the basis of ideas about the dualism of the nature of light, the author performs an experimental scientific and technical analysis of the linguistics of the golden middle region of the continent in the North of Central Asia as well as identifies some geographical cultural-historical, socio-psychological and biological factors of chromosemantics proposing an alternative synergetic concept of word-formation.

**Keywords:** chromosemantics, phonosemantics, graphosemantics, word, word-formation, scientific and technical approach, synergetics, experiment, statistics.

UDC 7.046.3.017.4

**Введение.** Культура народов Ойкумены тесно связана с образами окружающей действительности, формирует в интеллекте человека картину мира, а также осуществляет взаимодействие личности с природой и социумом. При этом цветовое мышление является объёмным, так как основано на дуальной корпускулярно-волновой природе света и цвета.

Культура как специфический способ жизнедеятельности человека является неотъемлемой частью современной физической картины мира и отражается в лингвистике совпадением или сочетанием слов, которые описывают определённым образом взаимодействующие материальные объекты. Это взаимодействие осуществляется в многомерном пространстве, каким является объём или сфера компетенции нашего интеллекта. При этом интеллектом называется четырёхуровневый механизм принятия решения при взаимодействии человека с социумом и с космосом: бессознание (интуиция); подсознание (эмоции); сознание (логика); надсознание (восприятие, перцепция).

**Постановка задачи: объект исследования и история вопроса.** В настоящее время в культурологии накопились нерешённые проблемы, что позволяет в известном смысле предположить некий кризис научной методологии. Между тем имеется обширный исследовательский материал по лингвокультурологическим и семантическим интерпретациям языковых систем в их разнообразных исторических, художественных и транскомуникативных артикуляциях. Отметим некоторые из них [Алефиренко 2005; Аскольдов 1997; Белкин, Ионесов 2016; Ворожбитова 2013; Гаспаров 1996; Ионесов 2019; Мамардашвили, Пятигорский 1997; Рuzер-Браунинг, Ионесов 2018; Ястребов, Кургузов, Мурзак 2015; Vorozhbitova, Issina 2013; Vorozhbitova, Potapenko 2013; Vorozhbitova, Marchenko etc. 2018; Vorozhbitova, Karabulatova etc. 2019].

Наиболее важной является проблема сравнительного языкознания [Макаев 1977], которая дискутируется в аспекте установления происхождения индоевропейских языков и их взаимных контактов. Фиксируется обилие аномалий в применении главного принципа сравнительного анализа – консонантизма. Применительно к тюркским языкам, исходя из принятой методологии консонантизма – вообще, невозможно установить какой из них в родстве с каким другим.

Вместе с тем в современной науке уже активно развиваются *синергетические* представления о взаимодействии разных уровней знаний [Бочкарёв, Бочкарёва 2011]. В обсуждении гуманитарных проблем применены научно-технические представления о корпускулярно-волновом дуализме цвета и света [Чечина 2012]. Это позволило приступить к разработке экспериментального научно-технического подхода в науке о творчестве



[Бочкарёв, Бочкарёва 2017]. С таким экспериментальным подходом и с привлечением расчётно-статистического анализа, сведений из области афроевразийской географии, этнографии, валеологии, биологии и искусствоведения, уже удалось упорядочить научные представления по целому ряду частных проблем культуры. Все результаты опубликованы в монографиях, трудах научных конференций и популярных СМИ: запад-восток [Чечина 2018a]; левое – правое, мужское – женское [Чечина 2016] и [Чечина 2010]; ритмы жизни, вещество-материя-энергия; пол и гендер [Чечина 2012: 83-109]; процедура и точность исследования [Чечина 2018b]. Это коснулось также и терминов *народной* педагогики (дух, душа, духовность; гуманизм и техника; матриархат и патриархат) и другие. В итоге можно фиксировать преодоление естественнонаучно-гуманитарного описательного и бытового уровня с переходом на более высокий уровень количественных законов и правил.

В данной работе рассматривается возможность применения экспериментального количественного научно-технического подхода к решению вопроса о правомерности безоговорочного признания основанной исключительно на принципе консонантизма концепции индоиранского происхождения современных языков.

**Методика исследования.** Для этого проанализированы новые, ранее не принятые во внимание технические возможности *словообразования*, вытекающие из малоизученных особенностей тюркского языка, а также из географического структурирования материка [Чечина 2012]. Важнейшими особенностями являются хромо семантика, фоно семантика и графо семантика слов. Экспериментальное исследование хромо семантики заключалось в социологическом опросе о дате рождения – своей и родителей и о состоянии здоровья, о предпочитаемых цветах и их восприятии, а также о цветовом восприятии произведений живописи и литературы методом анкетирования. Фоно и графо семантика оценивались экспертным путём и с привлечением географии и этнографии.

Что касается грамматических норм языка, они в значительной мере имеют конвенциональное происхождение в сочетании с консонантизмом.

**Обсуждение результатов цветового анализа: главные хроматические впечатления.** Слово является первичным элементом речи [Библия 1994]. При этом для словообразования можно выдвинуть и обосновать «цветовую» гипотезу творческого процесса. Создание языка начинается с формирования хромо- и фоно-семантики на фемининном уровне интеллекта Ф9 (инстинкты). Затем человек как бы учится пользоваться этим приобретением в процессе общения (уровень М6). Далее на уровне Ф3 создаётся письменность (если создаётся), а также и устное творчество. Все эти достижения затем активно используют (М12), обогащая запас инстинктивных ощущений.

С учётом ведущей роли инстинктов, видимо не случайно вся эта схема реализовалась в восточном относительно Арарата ареале мировых цивилизаций, который был центром культа женского начала (по-казахски *жер-ана*, мать земля), местом обитания амазонок. Там и до сего дня сохранились топонимы, символизирующие этапы процесса творческой деятельности человека М12 и Ф3 на востоке в районе озера Иссык-Куль, а затем, западнее, в Каратау и его предгорьях – М6 и Ф9 [Чечина 2012].

Итак, следуя мнемоническому правилу разложения солнечного цвета на составляющие волновые функции, рассмотрим примеры: во-первых – календарной хромо семантики ощутимых биосферных объектов (уровень интеллекта Ф9) и во-вторых – способов образования слов с её участием (Ф3).

Ф9. *Первый цветовой маркер* чёрно-бело-красный (также коричневый и серый как результат смешанного восприятия). В географическом регионе трёх морей классический символ страдания, смерти и преодоления. В христианстве это – смерть Иисуса Христа на кресте. Месяц *апрель*, непременная составляющая творческого интеллекта художников и литераторов. Прекрасная Афродита (от казахского слова «аперу» – переносить), как и Киприда (копир – мост (каз.)). Континент Африка. Экспериментальные и статистические данные о хромо семантике первого календарного маркера на примере творчества Ф.М. Достоевского показаны в монографии [Чечина 2012: 118 – 124].

*Седьмой маркер* белое. В геонимах – левый приток Нила и река Белая – левый приток Камы, символизирующей женское начало (относительно Волги). В географии Афроевразии белой можно считать долготу, на которой расположены Греция, Белоруссия, Финляндия, Белое море. В православии – состоявшаяся взаимная любовь. В мифологии Купидон, осенний свадебный белый вальс. Умиротворение, мир, взаимное согласие. Голубь мира. Экспериментальные и статистические данные о хромо семантике седьмого календарного маркера на примере творчества поэта С.А. Есенина показаны в монографии [Там же: 123 – 133].

*Восьмой маркер* – ядовитый скорпион. Это – и ядовитая анаша в регионе её произрастания на юге Казахстана и зелёные перья лука. Это – время сведения счётов, *зелёный* мужской цветосимвол. Это – эротика. Это – апостол Фома: «два в одном», зелёная нереальная нота ФА с вставленным внутрь словом *ом* – мужчина (фр.). Из сакральных геонимов Евразии это – вулкан Везувий, изрыгающий адское зелёное пламя, плазма. Это – цвет доллара в его окисленной медной форме одновалентных соединений или в виде бумажки. Изображается как змея. Это – жезл богини Афины обвитый змеей, который символизирует конец сентября на сакральной горе Казгурт на юге Казахстана. Это – место перевала на с.ш. 40 градусов. Он разделял для древних кочевников теплое и холодное время года, север и юг континента. В древности (по наскальным рисункам) гора Казгурт – обиталище огромного количества змей и рядом – место захоронения с каменными изваяниями-истуканами. Поэтому гора символизирует также Медузу Горгону. *Медуза* – это слово МУЗА, а внутри вставлено «еді» – «есть», «имеет место». Восьмым календарным маркером являются также зелёные крокодилы устья голубой реки Янцзы Цзян, грозное время размножения этих крокодилов. Этот маркер, как и белый, подробно рассмотрен в той же монографии.

*Десятый маркер* – темно голубой, тёмно-зелёный. Кубовый синий. Индиго. Месяц рождения медвежат. Воришка медведь. Самое тёмное время года, время воровства, «воровской непроглядной любви»<sup>1</sup>. Цвет глощения – оранжевый. Остров Куба в Америке, там все геонимы того же цветового оттенка. Куб – третья степень, а число три – календарный относительно даты весеннего равноденствия номер оранжевого месяца июня (георгиевской ленты), когда православные отмечают буйное разрастание зелени. Этот маркер также характеризует творчество поэта Н.А. Некрасова, которому посвящена отдельная статья в материалах форума «Антропология цвета», Самара, СГАКИ, 2021 г. (принято к печати).

*Одиннадцатый маркер* – это синее время наступления нового календарного цикла в странах восточной Азии, время ухода в прошлое целого календарного периода. Мифический Стикс. В картах ТУЗ – 11 очков. В географии Евразии – синий Днепр (Дон апрэ (фр.) – после Дона.). Среди уровней интеллекта – это фемининный ФЗ, самый трезвый, логичный, расчётливый, создание окончательно завершённых проектов в технике, математические расчёты, производственная информация. Экспериментальные и статистические данные о хромо семантике голубого и синего календарных маркеров на примере творчества М.Ю. Лермонтова показаны в самой информативной монографии автора статьи [Чечина 2012: 133 – 145].

ФЗ. Прежде чем привести примеры оригинального и характерного для тюркского *казахского языка* словообразования отметим важную географическую особенность места обитания этого кочевого этноса на материке Афроевразия. Уже отмечалось, что материк делится не только на запад – доисторическая Сцилла и восток – доисторическая Харибда, по долготе 35 градусов от Гринвича или 40 градусов от м. Рока. Важным также является деление по широте на юг и север относительно 40 градусов с.ш. Здесь – пояс сакральных геонимов – Везувий, двухвершинный Арарат (центр, точка пересечения осей симметрии), Казгурт, Хан-Тенгри, японский Аватэ и некогда взорвавшийся вулкан Телец на Иссык-Куле, приведший к Великому Потопу. Примерно здесь же, чуть южнее, – Санторин в Эгейском море (тоже взорвавшийся). Казахский кочевой этнос занимает практически весь северный восток Евразии. Его культура сильно отличается от культуры южных восточных относительно Арарата этносов – в том числе индийского, иранского, узбекского, таджикского, туркменского.

Характерные приёмы словообразования – фоноимитативы, инверсивы, метатезы и комбинации этих способов. Особо стоит оригинальный и обнаруженный по древнейшим источникам приём, дошедший до нас как элемент культуры древней Греции, способ образования двойных, точнее «два в одном» слов. Он описан выше для имен Горгона и Афина.

*Примеры фоноимитатива ФИР.*

- От крика чёрного ворона «кар» произошло казахское название чёрного цвета «кара»
- От звука ударов копыт горных козлов по камням (по-русски «цоканье») произошло обозначение бесной голубизны над горами – «кок» – небо.
- Крик лягушки «ква-ква» или «бак-бак» стал использоваться для характеристики звука медной трубы, которую использовали шаманы «бакса́». Так же называется и металл медь – бакыр, близкая по цвету к золоту и бронзе. Такой же цвет имеют металлические монеты, в том числе, доллары («ба́ксы»), пока не позеленеют в сыром воздухе и не превратятся в зелёные как лягушка бумажки – тоже «ба́ксы».

- Шурушание сухой травы послужило источником названия котов (кошек) – «мысык» (каз.) и «киска» (рус.)

*Примеры инверсивов.*

- Казахское слово «ак» – «белый» можно считать производным инверсивом от казахского «кара» – чёрный.
- Название реки Арысь с учётом специфики произношения звука «ы» близко к «а», уже перевертыш от слов «царь», «сэр», «сар» – рассвет.
- При обратном чтении казахское слово «сон» – «тус» становится основой русского «сутки».

*Примеры метатезы и протезы.*

Примеры так многочисленны, что их даже невозможно все проследить. Есть даже удивительная казахская поговорка «Все слова произошли от одного корня».

- Вероятно, от слов «Будда» и «уда» произошло русское «вода». Оно аналогично словам других европейских народов.

- Замена буквы «к» на «б». Это позволяет получить из слова «кар» (см выше) слово «бар». И таким образом становится понятным, какое отношение ворон и цвета чёрный, белый, красный имеют к первому календарному маркеру на долготе «ТРЕХ МОРЕЙ» – Белого, Чёрного, Красного. Так же становится ясно, что слово «бар» – всё соединяет в одно («бир») белое целое, все цвета календарного цветового спектра.

- Слово «железо» не только жёлтое по цвету ржавчины, но по звуку имитирует «лязг» металлических изделий. Приём называется изобразительным («кинесмизм»).

- Казахское слово «дом» – уй легко превращается в русскую «улитку» («уйли» значит «с домиком»). Затем – превращение в «улицу» и даже «улей».

*Сложные случаи словообразования* встречаются «на каждом шагу» и показаны в монографии.

**Заключение: альтернативная концепция языка.** Библейский царь Соломон на чисто казахском языке некогда сказал «Сол амын», то есть, «всё проходит». На основании всего сказанного выше так же и мы убедились, что прошло и время, казалось бы, такой незыблемой индоиранской языковой концепции европейских языков.

<sup>1</sup> Так поётся в русской народной песне.

<sup>2</sup> См. Примечание к статье

Это логично следует из наглядно показанных способов воспроизведения в речи человека особенностей его мышления. Оно тесно связано с фоно и хромо семантикой слов и не всегда сразу улавливаются «на слух». Соответствующая кодовая система создана в золотой середине материка Афроевразии, где усредняются различные географические факторы. Система зафиксирована в виде цветового биосферного календаря, где соблюдается известная последовательность разложения белого цвета на его составляющие по так же широко известному мнемоническому правилу.

Индоиранская концепция образования «индоевропейских» языков была инициирована в своё время в английской науке из политических побуждений и долгое время разрабатывалась как безальтернативная. Другим, более общим критерием может служить семантическая слов «праязыка». Семантическая отражает не только культурно-историческую и социально-психологическую, но и биологическую природу вида *Homo sapiens*.

Природа человека проявляется, в первую очередь, звучанием его речи, в которой гармонично воспроизводятся звуки окружающей его природы, звуковые сигналы, которые подают животные. Фоно семантика речи и отдельных слов является самым главным свойством «праязыка».

Кроме того, человек оформляет своё миропонимание, определённым образом организуя пространство и зрительно отражая темп и ритм природных явлений, в частности, своей речи. Как результат, речь обладает графо семантикой.

Наконец, органически неотъемлемой сущностью человека является цветовое мышление, которое создаёт в интеллекте образы окружающей действительности, а также осуществляет взаимодействие с природой и социумом. Цветовое мышление является объёмным, оно проявляется в хромо семантике речи.

Все проявления человеческой сущности, включая речь, взаимосвязаны, отражают реалии региона обитания и служат целям коммуникации. Существует тесная связь между разными сторонами или уровнями интеллектуальной деятельности человека – восприятием, логикой (сознанием), эмоциями (подсознанием) и интуицией (бессознанием). Все они участвуют в творческом освоении человеком окружающего мира и в связи с социумом. То же самое относится к взаимодействию культурных традиций. Существенно различаются «западные» и «восточные» традиции. То же касается «северных» и «южных». Настоящие учёные-естествоиспытатели прекрасно знают, что в любой работе для достижения нового результата им приходится подключать все возможности своего интеллекта. Если вновь обнаруженный, повторяющийся и непроверяемый факт не имеет логической связи с уже известными науке закономерностями, этот факт бессмысленно отрицать, его обязательно принимают во внимание. Так было с открытиями Коперника, с генетикой. Таким же новым и необъяснимым фактом стала волновая природа света и цвета, экспериментально установленная Гюйгенсом. Основываясь на этих фактах, учёные уже сделали многое и продолжают развивать теоретические и прикладные науки.

Люди, впервые создававшие язык, были истинными творцами. Нашим далёким тюркоязычно-кочевым предкам и в голову не приходила мысль придерживаться каких-либо жёстких правил и законов, так как они следовали всеобъемлющей и бесконечной в познании логике самой природы. Эта логика проявляется в звуке, цвете и графике. Культура древних кочевников стала основой эстетических принципов евразийцев. Создание письменности внесло большой прогресс в развитие общества, но постепенно оно сделало нашу интеллектуальную деятельность формальной, а также плоской, двухмерной, как и та поверхность, на которую наносят знаки. Именно это имел в виду известный живописец Бенуа, высказавший такую мысль «Слово мешает мышлению». Однако слово не всегда было таким. Исторически, видимо, сначала появилось слово как основа мышления. Мышление не могло появиться и развиваться в отрыве от взаимодействия, синергизма человека с окружающей его природой. Слово может быть критерием истинности наших знаний.

В данной работе приведены примеры использования *хромо семантики* как лингвистической методологии для анализа словообразования. Приведённые примеры, безусловно, не исчерпывают возможностей данного метода. Список слов, происхождение которых можно вывести из устной речи, основанной на цветовой календарной символике (или, быть может, наоборот?), можно продолжать.

В качестве примера напомним русское имя Татьяна. В переводе с казахского языка *Тәтті ана* означает «яблонька» (по пословице та, от которой яблочки недалеко падают), а в переносном смысле – мать всего самого хорошего – покровительница студенчества. То есть это – восточный вариант от западного «*альма (или алма) матер*» – тоже буквально «яблоня». Имя означает воспитательницу, хороший пример для подражания. Это имя А.С. Пушкин выбрал для героини своего романа «Евгений Онегин», вероятно, по совету своего друга Раневского, который в то время был губернатором Туркестанского края и, возможно, владел в должной мере, и казахским языком. Недаром А.С. Пушкин написал:

*«Впервые* именем таким  
страницы нежные романа  
мы своевольно осветим.»

Таким образом, представляется, что языки народов мира – это единый монолит, синергетически сцементированный цветовой календарной семантикой золотой середины Ойкумены – севера Средней Азии.

#### **Примечание к статье.**

В примерах фоноимитатива специфические казахские звуки (буквы) в словах «кара», «кок», «бак», «бáксы», «бакса́». «бакыр», «мысык» заменены русскими. В казахском языке есть ряд специфических звуков, которые мы в устной речи обычно заменяем близкими русскими. Это касается, прежде всего гортанного К (с хвостиком), которое близко к КХ (кашляем). Эта буква (звук) здесь – во всех словах кроме «КОК». А в слове КОК – специфический звук Ө, который звучит средне между О и Ё. Можно сказать, что казахское Ы близко и

к А и к Ы. А вот в слове БАКСЫ первая буква А – самая обычная, русская, а вот вторая (особенно, в конце слова) – такая, как я отметила (близко к А и к Ы).

В нашем «просторечии» доллары – это БАКСЫ. Мы, конечно, произносим обычное наше К. Если в слове «БАК» последний звук специфический, (К с хвостиком) – это лягушка и её квакающий звук, такой же, как у шаманской медной трубы, а медь – бақыр. Когда-то не было, наверное, ничего дороже меди, да и золота тоже. Его и сейчас много извлекают из черновой меди. Они в природе (и в таблице Менделеева) – рядом. Только в отличие от золота медь быстро зеленеет на воздухе, так как окисляется кислородом – сначала до одновалентной (зелёные соединения), а потом – до двухвалентной (голубые соединения, как купорос). В Казахстане очень много меди и всех сопутствующих ей металлов.

#### Библиография

- Алефиренко Н.Ф. Спорные проблемы семантики: монография. – М.: Гнозис, 2005. – 326 с.
- Аскольдов С.А. Концепт и слово // Русская словесность: от теории словесности к структуре текста: Антология / Под общей ред. В.П. Нерознака. – М.: Академия, 1997. – С. 267–279.
- Белкин А.И., Ионесов В.И. Коммуникация в контексте сознания и социодинамики культуры // Известия Саратовского университета. Новая серия. Акмеология образования. Психология развития. – 2016. – Т. 5, № 4. – С. 315–322.
- Библия. – М.: Библейские общества, 1994. – 1371 с.
- Бочкарёв А.И., Бочкарёва Т.С. Концепции современного естествознания: учебник для вузов. – М.: КНОРУС, 2011. – 312 с.
- Бочкарёв А.И., Бочкарёва Т.С. Становление и развитие науки о творчестве // В сборнике: Педагогика творчества: личность, знание, культура. Материалы международной научной конференции. – Тольятти-Самара, 2017. – С. 175–198.
- Ворожбитова А.А. Алгоритмы и перспективы лингвориторического исследования аксиологической прагматики в динамике дискурсивных процессов социокультурно-образовательного пространства // Известия Сочинского государственного университета. – 2013. – № 1-1 (23). – С. 177–181.
- Гаспаров Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. – М.: Новое литературное обозрение, 1996. – 352 с.
- Ионесов В.И. Язык как область творчества: вызовы и возможности коммуникации // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2019. – № 24. – С. 79–81.
- Ионесов В.И., Белкин А.И. К вопросу о ритуале в дискурсе культурологического знания // Аспирантский вестник Поволжья. – 2016. – № 7-8. – С. 47–51.
- Макаев Э.А. Общая теория сравнительного языкознания. – М.: Наука, 1977. – 204 с.
- Мамардашвили М.К., Пятигорский А.М. Символ и сознание. Метафизические рассуждения о сознании, символическом и языке. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 224 с.
- Рузер-Браунинг У.М., Ионесов В.И. Искусство как опыт преобразования культуры // Восьмые Азаровские чтения. Библиотека. Культура. Общество Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / под ред. И.Ю. Акифьевой. – Самара, 2018. – С. 184–189.
- Чечина О.Н. Тайна золотого руна // Труды научно-практической конференции «Социально-политические, экономические и культурные проблемы инновационного развития Республики Казахстан». – Шымкент, Университет Мирас, 2010. – С. 33–34.
- Чечина О.Н. Цветовые архетипы интеллекта евразийцев: монография. – Самара: Изд-во СНЦ РАН, 2012. – 367 с.
- Чечина О.Н. Гендерные стереотипы в геонимах самарского региона // Креативная экономика и социальные инновации. – 2016. – Выпуск 6, № 3 (16). – С. 68–74.
- Чечина О.Н. Толкования некоторых слов с позиции физической точки зрения на цвет и свет // Синергетика природных, технических и социально-экономических систем: сб. статей XV Международной научной конференции (май 2018). – Тольятти: Изд-во ПВГУС, 2018а. – С. 369.
- Чечина О.Н. Практикум и лабораторный эксперимент в программе подготовки специалиста в вузе. О роли практики ферментации // Известия Самарского научного центра РАН. Социальные, гуманитарные и медико-биологические науки. – Том 20, № 4, 2018б. – С. 75–80.
- Ястребов А.Л., Кургузов А.В., Мурзак И.И. Измерения культуры. Текст. Теория, история, опыт чтения. – М.: Ленанд, 2015. – 312 с.
- Vorozhbitova A.A., Issina G.I. Systemness of terminological triads "mentality – mindset – mental space", "concept – text concept – discourse concept": linguo-rhetoric aspect // European Researcher. – 2013. – № 4-3 (47). – С. 1014–1018.
- Vorozhbitova, A., Karabulatova, I., Bzegezheva, Z., Druzhinina, V., & Pyankova, T. (2019). A glossy magazine discourse of the early twenty-first century as a tool of globalization: Sochi school of linguistics and rhetoric. Amazonia Investiga, 8(24), 170–180.
- Vorozhbitova A.A., Marchenko O.I., Timofeyev A.V., Issina G.I. "Planetary Linguistic Personality" Category and Bi/Polylinguistic Modeling of the Pedagogical Process of Higher School Professional Training: Sochi Linguistic and Rhetorical School // European Journal of Contemporary Education, 2018, 7(4): 882–892.
- Vorozhbitova A.A., Potapenko S.I. linguistic & rhetorical paradigm as innovative theoretical methodological platform of studying discursive processes of east slavic and western cultures // European Researcher. – 2013. – № 10-2 (61). – С. 2536–2543.

**Раздел IV. Коммуникативные аспекты лингвориторической парадигмы**

**Part Four. Communicative Aspects of Linguistic & Rhetorical Paradigm**

**Национально-культурный компонент межъязыковой коммуникации**

Емельянова Елена Владимировна

Казахско-Русский Международный университет, Казахстан  
030000, Казахстан, г. Актобе, ул.Айтеке би, 52  
кандидат педагогических наук, доцент  
E-mail: jemeljanowa@mail.ru

**Аннотация.** В статье автор анализирует национально-культурный компонент слова как наличие определенного внутреннего содержания слова, которое, в свою очередь, характеризует социальную среду носителя языка. Изучение культурного компонента слов является важным условием успешного овладения иностранным языком и усвоения культурно-исторических значений соответствующей социальной действительности, что является важным условием использования языка как средства общения.

**Ключевые слова.** Речевая коммуникация, культурный компонент слова, обстановочный контекст, социокультурная реальность, коннотация, межъязыковая коммуникация.

УДК 801.81:398.21

**National cultural component of interlanguage communication**

Elena V. Emelyanova

Kazakh-Russian International University, Kazakhstan  
030000 Kazakhstan, Aktobe, Aiteke bi Str., 52  
Candidate of Sciences (Pedagogy), Associate Professor  
E-mail: jemeljanowa@mail.ru

**Abstract.** The article considers the national cultural component of the word as an existence of its internal content, which, in its turn, characterizes the social environment of the native speaker. The study of the cultural component of words is an important condition for a successful mastery of a foreign language and for an assimilation of the cultural historical meanings of the related social reality, which is an important condition for using language as a means of communication.

**Keywords:** speech communication, cultural component of a word, surrounding context, sociocultural reality, connotation, interlanguage communication.

UDC 801.81: 398.21

**Введение.** Как известно, слово – носитель не только актуальной информации, передаваемой в ходе повседневной речевой коммуникации, оно вместе с тем аккумулирует социально-историческую информацию, интеллектуальную и экспрессивно-эмоциональную, оценочную, общегуманистического и конкретно национального характера. Такая информация и составляет социально-исторический, национально обусловленный культурный компонент смысловой структуры слова.

Культурный компонент смысла слова для носителей конкретного языка непосредственно выявляется в текстах, в которых так или иначе, по тому или иному поводу сопоставляются социально-исторические срезы эпох сложившиеся стереотипы мышления, речевого поведения представителей разных слоев общества, профессий, политических групп. Обычно это находит свое выражение в так называемых оценках речи, в более развернутом виде – в комментирующих контекстах, в детализированных толкованиях слов. Культурный компонент значения слова становится очевидным при сопоставлении, столкновении автором художественного произведения социально-речевых характеристик персонажей.

**Материалы и методы.** В своем исследовании мы попытались раскрыть сущность культурного компонента слова с позиций социологии, лингвистики, психолингвистики и культурологии. Материалом для исследования послужили тексты художественных произведений, а также пословицы и поговорки, имеющие ярко выраженную специфику определенного языкового сообщества и имеющие национально-культурную маркированность. Мы опирались на исследования ведущих ученых в этой области, таких, как Н.Ю. Шведова, Н.Г. Комлев, О.С. Ахманова, Н.Д. Гальскова, А.А. Брагина.

**Обсуждение.** Н.Ю.Шведова выдвинула и обосновала продуктивную мысль о языковых условиях существования слова как об одном из важнейших (наряду с внутренними свойствами слова) факторов его многоаспектного описания. «... лексическая единица всегда существует одновременно в контексте класса, в контексте текстовой последовательности и в содержательном («обстановочном») контексте речевой ситуации» [Шведова 1996: 112]. Как представляется (и это подтверждает освещение данной проблемы Н.Ю.Шведовой),

для выяснения и описания культурного компонента смысла слова актуальны именно «обстановочные» (содержательные) контексты.

«Обстановочный» контекст – исходный, опорный момент при характеристике, описании слов, культурный компонент смысла которых обусловлен политическим, идеологическим осмыслением соответствующих понятий и явлений действительности, литературными реминисценциями и ассоциациями. «Из чисто содержательных ситуаций, из «контекстов обстановки», которые проецируются на слово и концентрируются в компонентах его значения, – отмечает Н.Ю. Шведова, – складывается описание таких слов, как «золушка» (о том, кто несправедливо гоним, кого не любят, обижают) или уже имеющее право на место в словарях сочетание «поручик Ржевский» (выдуманная личность, выдаваемая и принимаемая за реально существующую) [Шведова 1996: 208]. Первым русским лингвистом, который ввел в лингвистику понятие культурно-исторического компонента значения, был Н.Г. Комлев. Он высказал мысль о том, что слово, отражающее предмет или явление действительности определенного социума не только означает его, но и создает при этом некоторый фон, ассоциирующийся с этим словом. Поэтому в семантике слова должен содержаться некоторый компонент, фиксирующий именно данный социальный фон, в котором слово существует. «Признавая наличие «внутреннего содержания слова», то есть факта, что слово-знак выражает нечто кроме самого себя, мы обязаны признать и наличие культурного компонента – зависимость семантики языка от культурной среды индивидуума» [Комлев 1999: 220]. Изучение культурного компонента слов является важным условием успешного овладения иностранным языком и усвоения культурно-исторических значений соответствующей социальной действительности. Второй момент является важным условием использования языка как средства общения. По мнению О.С. Ахмановой неперенным условием реализации любого коммуникативного акта должно быть «обоюдное знание реалий говорящим и слушающим, являющееся основой языкового общения» [Ахманова 2002: 2]. Через изучение языка как отражения социокультурной реальности, как феномена культуры – национальной и общечеловеческой, формируется представление об инофонной картине мира, приобретается способность гармонично общаться в нашем собственном обществе и в других социумах, предупреждать и преодолевать конфликты, обусловленные историческими, политическими и религиозными различиями культур. Таким образом, через язык создается эффективная основа для интернационального и интеркультурного взаимопонимания. Н.Д. Гальскова поднимает вопрос об организации поликультурного образования, нацеленного на обеспечение взаимосвязанного коммуникативного, социокультурного и когнитивного развития изучающих иностранный язык. Нельзя не согласиться с ее утверждением, что «в основе когнитивного компонента, связанного с осмыслением картины мира иной социокультуры, познанием смысловых ориентиров другого лингвоэтносоциума, лежат знания о ... культуре страны изучаемого языка, а также общие знания о культуре и коммуникации» [Гальскова 2011: 6]

Культурный компонент смысла слова для носителей конкретного языка непосредственно выявляется в текстах, в которых так или иначе, по тому или иному поводу сопоставляются социально-исторические срезы эпох сложившиеся стереотипы мышления, речевого поведения представителей разных слоев общества, профессий, политических групп. Обычно это находит свое выражение в так называемых оценках речи, в более развернутом виде – в комментирующих контекстах, в детализированных толкованиях слов. Культурный компонент значения слова становится очевидным при сопоставлении, столкновении автором художественного произведения социально-речевых характеристик персонажей. Культурный компонент смысла слова неоднороден. Он может иметь интеллектуальное и экспрессивно-эмоциональное содержание, рационалистическую и эмоциональную оценку. Такой его характер выявляется полнее всего в «обстановочных» контекстах, в непосредственных комментариях конкретного слова, вернее его словоупотребления. Это больше всего в первую очередь распространяется на слова общественно-политической и философской сфер, культурный компонент смысла которых имеет интеллектуальное содержание.

Уточнение смыслового содержания слов, обозначающих важные, ключевые понятия социологии, политики, этики, философии, происходит чаще всего в ходе политической борьбы. Такими уточнениями, разъяснениями терминов политического, философского, мировоззренческого характера, публицистических номинаций, за которыми стояли важные понятия, определявшие принципиальные позиции, кредо политических партий, группировок, того или иного деятеля, сопровождается развитие русской общественной мысли нового времени. Именно этим объясняется тот факт, что в текстах русской публицистики отчасти русской литературы мы встречаем немало «обстановочных», содержательных контекстов употребления общественно-политической, философской и публицистической лексики. Вот, к примеру, свидетельство Н.Г. Чернышевского: «Как все высокие слова, как любовь, добродетель, слава, истина, слово «патриотизм» иногда употребляется во зло не понимающими его людьми для обозначения вещей, не имеющих ничего общего с истинным «патриотизмом», потому, употребляя священное слово «патриотизм», часто бывает необходимо определять, что именно мы хотим разуметь под ним». Особенно большое внимание в содержательной стороне понятий, смысловой стороне соответствующих слов присуще марксистской литературе, большевистской публицистике.

Культурный компонент коннотативного характера приобретает различный статус в смысловой структуре разных слов. И в зависимости от этого для его описания требуются «обстановочные» контексты неодинакового объема и структуры или непосредственный комментарий. Следует при этом подчеркнуть, что необходимость в таких контекстах и комментарии возникает прежде всего при сопоставлении обычно двух национальных культур при обучении неродному языку, в переводческой деятельности.

Говоря о различном статусе культурного компонента в смысловой структуре коннотативно значимых слов, мы имеем в виду следующие ряды лексико-семантических явлений.

Первый ряд составляют слова, в том числе имена собственные, коннотация которых опирается на ассоциации. При этом важно различать ассоциации, в основе которых лежат традиционные, социально-исторически обусловленные осмысления определенных реалий, представлений, понятий как национально-самобытных, присущих только носителям данного языка, и ассоциации литературного происхождения. Особенно рельефно такого рода ассоциации выявляются при сопоставлении национальных культур или различных социально-исторических ареалов, в частности, на основе анализа переводов художественного произведения на разные языки. В этом отношении большой интерес представляют наблюдения А.А. Брагиной над переводами «Анны Карениной» Л. Толстого на некоторые западноевропейские языки. В бальном наряде Анны Карениной – анютины глазки. Их название, ищет А.А. Брагина, созвучно имени Анна. Этот цветок широко известен в народе: он имеет много названий: трехцветка, полуцвет, брат и сестра, Иван-да-Марья. Цветок овеян легендами и сказками. Одна из них, наиболее известная о запретной роковой любви брата и сестры, не знавших о родстве и поженившихся. Двухцветье напоминает о двух несчастливо влюбленных [Брагина 1984: 62].

Однако длинный ряд разнообразных наименований и сложившиеся в русском языке коннотации чужды другим языкам. В немецком языке «анютины глазки» называют *Steifmütterchen* «маленькая мачеха». Видимо, поэтому в некоторых переводах появляется цветок с другой символикой: *einen kleinen often Kranz von blauen Sammetveilchen* «маленький венок синих фиалок» или *eine kleine Girlande von Vergeßmeinnicht* «маленькая гирлянда незабудок». Во французских переводах фигурирует одно из наименований анютиных глазок – *pensee* «цветок воспоминаний». В английской речевой традиции, в разговорном употреблении цветок «анютины глазки» означает «женственный мужчина». Переводчики ищут соответствия, не отягощенные ненужной коннотацией. В переводах появляется резеда (*a wreath of mignonette* «веночек, гирлянда резеды»). Она вызывает у англичан ассоциацию с изящным французским кружевом.

Приведем небезынтересное наблюдение над своеобразием восприятия одинаковых или аналогичных ситуаций представителями разных национальных культур (соответственно – разных языков) и социально-культурных ареалов: «В свое время о человеке, склонном проявлять излишнее старание там, где это не нужно, говорили, что он «собирается в Тулу со своим самоваром». Англичане говорят «*To carry coals to Newcastle*» «возить уголь в Ньюкасл». Французы со свойственным им легким юмором выражают эту мысль словами «зажечь факел, чтобы увидеть солнце». Но, пожалуй, эффективнее все говорят об этом индонезийцы: «Гребни вниз по течению, и над тобой будут смеяться крокодилы». Кстати, обратите внимание, что на экваторе смеются крокодилы, в то время как в наших широтах это делают куры.

В немецкой пословице «*Wie der Baum, so die Birn, wie Frau, so die Dirn*» что значит «Яблоня от яблони не далеко падает», а казахским эквивалентом является пословица «Аяғын көріп асын іші, анасын көріп қызын ал». Дочка с матерью сравниваются с деревом и его плодом: в немецком с грушей, в русском с яблоком и яблоней, а в казахском с блюдом и посудой. В разных языках одно и то же понятие выражается по-разному. В немецком языке глупец и неряха сравниваются с медведем, в русском со свиньей, а в английском с ослом: «Свинья в золотом ошейнике – свинья», «*Bär bleibt Bär, fährt man ihn auch übers Meer*», «*An ass is but ass, though laden with gold*».

В казахском языке существует выражение «қабырғанмен кеңес» советуйся со своим ребром, то есть с женой. Так как считается, что Аллах создал женщину из ребра мужчины. Аналог такого выражения в немецком звучит так: «*Mann ohne Weib, Haupt ohne Leib*» мужчина без жены, словно голова без тела. Когда чье-то кажется лучшим, казахи говорят: «Біреудікі қыздай көрінеді» – чужая жена кажется девочкой, а немцы «*Kühe fremder Leute haben immer größere Euter*» – у чужих коров вымя всегда больше.

Ассоциации литературного происхождения возникают на основе конкретных литературных произведений: (и отчасти публицистических) например: недоросль, Митрофанушка, маниловщина, обломовщина, пошехонцы, корчагинцы. Сюда относятся ставшие устойчивыми такие сочетания, как золотая рыбка, дым отечества, лишние люди, путевка в жизнь. Слова и словосочетания фольклорного происхождения (добрый молодец, красная девица, три богатыря, соловей-разбойник, Иванушка-дурачок, Михаил Топтыгин), очевидно, занимают промежуточное положение между указанными разновидностями национально-самобытных ассоциаций, поскольку, будучи плодом поэтического творчества, они представляются устойчивыми обозначениями художественных образов национально-народнопоэтической традиции. К примеру, понятия *Sant Nikolaus* и Дед Мороз, *Hanswurst* и Петрушка нельзя считать идентичными, но очевидно, что в определенных контекстах они взаимозаменяемы.

Второй ряд лексико-семантических явлений составляют слова, употребляемые в переносно-расширительном смысле. При таком употреблении они утрачивают соотносительность в основных значениях со своими лексическими эквивалентами других языков. Например: к слову гриб «Большой энциклопедический словарь» даёт только «ботанические значения». Однако, говоря с оттенком иронии, насмешки и недоброжелательства о старом человеке, сгорбленном, слабом, небольшого роста, с морщинистым лицом, нередко прибегают к слову гриб или к сочетанию старый гриб. Сравним переносно-расширительное употребление таких слов, как голубь, бык. Или, к примеру, гусь как негативную характеристику человека с намеком на его плутовство, необязательность и немецкое *Ganz* как характеристику глупой медлительной женщины; английское *Horse godmother*, где лошадь как неповоротливая женщина, а в казахском Аюдай қорбиган, где неповоротливым является медведь; лапочка, как нежно-ласкательное обращение к женщине, ребенку, заяц – к ребенку при *Maus, Mäuschen* «мышь, мышка» в немецком языке, и Ботақан – верблюжонок, Қошақан – ягнёнок, Құлыншақ

– жеребёнок в казахском языке. Или же сравним слово волк в английском и в казахском языках. Wolf в английском ассоциируется с жестоким, развратным человеком, в казахском же, например в выражении «Өңсен бөрі!», что означает «одни молодцы!» волк ассоциируется с сильным и умным человеком. Это объясняется тем, что в одной из легенд на войне единственного оставшегося в живых тюркского мальчика спасла волчица – Бөрі ана, и от них произошли тюркоязычные народы.

Также казахская и немецкая поговорки: «Күшік асырап ит еттім, Ол балтырымды қанатты» – воспитал щенка, он мне ногу укусил и «Erziehst du dir'nen Raben, wird er die Augen ausgraben» – воспитаешь себе ворона, он тебе глаза выклюет. Подлый человек ассоциируется в казахском языке с собакой, а в русском языке его называют свиньей, немцем же вороной. Слова Rabenmutter и Rabenvater означают плохая, злая мать и плохой, злой отец.

К последнему ряду явлений относятся слова, коннотативный культурный компонент смысла которых выступает в качестве переносно-метафорического значения данной лексической единицы. Например: шляпа наряду с прямым значением имеет переносно-метафорическое: о вялом, неэнергичном, ненаходчивом человеке. В немецком языке эквивалент слова шляпа в этом значении – Slapsschwanz «вялый хвост». Слово тряпка наряду с предметными значениями выступает в разговорной речи с переносно-метафорическим значением (с оттенком пренебрежительности): о бесхарактерном, слабовольном человеке. Сравним эквиваленты этого значения слова тряпка во французском языке: poule mouillee «мокрая курица», в английском milksop – буквально «хлеб, размокший в молоке». Или же сравним выражение «у чёрта на куличках», что значит очень далеко. На английском «At the end of the Earth»- на краю земли, на казахском «ит жеккенде» – где собак запрягают, вместе с прямым значением имеет переносно-метафорическое значение. Это связано тем, что в годы репрессии «врагов народа» ссылали в Сибирь, где для езды вместо лошадей запрягали собак. Словосочетание «алтын бесік» – золотая колыбель, значит Родина.

Здесь отмечались только те слова, коннотация которых национально специфична и национально уникальна. Конечно, есть слова, которые заключают в себе аналогичные по содержанию коннотации, наблюдающиеся у эквивалентных слов разных языков. Это относится, скажем, к культурному компоненту смысла слов роза, красный, левый, заря во многих языках европейского ареала или к словам типа донкихот, золушка, Хлестаков, ловелас, красная шапочка.

**Заключение.** Современный культурный мир стремится к интегрированию различных культур в единую мировую культуру. Результатом подобного полилога становится обогащение, становление принимающей культуры и принимающей литературы, а также их самоопределение относительно иномира исходной культуры и исходной литературы.

Наиболее явственно культурный компонент смысла слова проявляется при сопоставлении национальных культур, в частности при изучении народного языка. Вот почему проблема культурного компонента смысла слова – будучи включенной, в социолингвистическую проблематику, весьма существенна для лингводидактики, теории и практики перевода, в контрастно-типологических лингвистических исследованиях.

#### Библиография

- Ахманова О.С. Некоторые вопросы семантики в современном языкознании. М.: «Наука», 2002. – 219 с.  
 Брагина А.А. Эстетическая функция предметных слов у Л. Н. Толстого // НДВШ. Филол. науки. – 1984. – № 2. – 118 с.  
 Гальскова Н.Д. Современная методика обучения иностранным языкам. – М.: Высшая школа, 2011.  
 Комлев Н.Г. Компоненты содержательной структуры слова. – М. «Наука», 1999.  
 Шведова Н.Ю. Активные процессы в современном русском синтаксисе. – М., 1996. – 312 с



**Лингвистическая прагматика коммуникативного взаимодействия:  
актуальные проблемы и сферы исследования**

Ерещенко Маргарита Владимировна

Донской государственный технический университет, Россия  
344000, Ростов-на-Дону, Гагарина, 1  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: mar.ereshchenko@yandex.ru

**Аннотация.** Прагматика дефинируется главным образом как сфера исследования значений и смыслов, реализуемых субъектом речи в данном контексте, характеризует те особенности речевого контекста, которые способствуют определению того, какая пропозиция выражается посредством конкретного речевого акта. Значение / смысл речевого акта, следовательно, может быть рассмотрен как функция, приобретаемая его пропозицией под воздействием контекста употребления (включая временные и пространственные параметры, выражаемые возможные миры); пропозиция – как преобразование возможного мира в истинное коммуникативное действие.

**Ключевые слова:** прагматика, интерпретация производства языка, речевой акт, пропозиция, синтаксис, семантика.

УДК 808.5

**Linguistic pragmatics of communicative interaction: Topical problems and areas of research**

Margarita V. Ershchenko

Don State Technical University, Russia  
344000 Rostov-on-Don, Gagarin Str., 1  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: mar.ereshchenko@yandex.ru

**Abstract:** Pragmatics is generally defined as a sphere of investigating meanings and senses realized by the speaker in a particular context and as a means of characterizing those features of speech context which promote defining the proposition expressed by a particular speech act. Therefore, the meaning / sense of a speech act can be considered as a function acquired by its proposition under the influence of contextual use (including temporal and spatial parameters, expressed possible worlds); the proposition is treated as a transformation of a possible world into a genuine communicative action.

**Keywords:** pragmatics, language production interpretation, speech act, proposition, syntax, semantics.

UDC 808.5

**Введение.** Анализ операций, лежащих в основе интерпретации производства языка, оказывается актуальной проблемой как для лингвистической прагматики, так и когнитивной лингвистики, а поэтому являются предметом рассмотрения в обеих этих научных дисциплинах. С опорой на приобретенные лингвистические и общие знания человек производит и интерпретирует высказывания. Когнитивная лингвистика актуализует принцип взаимоотношений между языком и когнитивными процессами. Утверждается, что языковая способность управляется общими когнитивными процессами, а поэтому реализация намерений проливает свет на то, как функционирует концептуальная система субъекта речи. Для успешности коммуникации важным оказывается, чтобы собеседники обладали энциклопедическими доменами сходного содержания. В связи с этим, в исследовательском фокусе лингвистической прагматики находятся импликатуры, которые репрезентируют результат решения собеседников относительно того, что необходимо сказать, прибегнув к специфическому речевому акту [Гаврилова 2012: 59-60].

Речевые акты представляют собой наиболее изучаемый объект современной дискурсивной прагматики с учетом широкого диапазона теоретических перспектив и исследовательских методологий. В частности, в рамках когнитивной науки выдвигается мнение, что исследование закономерностей функционирования речевых актов может способствовать более детальному рассмотрению способности человека воспринимать язык, использовать слова и высказывания в коммуникативных целях. Литературоведы обращаются к теории речевых актов для дальнейшего осознания природы литературных жанров, антропологи – для анализа магических заклинаний древнего человека, философы – для определения аксиологического статуса этических утверждений, лингвисты – для решения ряда актуальных проблем в области синтаксиса и семантики. При этом лингвистические изыскания сосредотачиваются, как правило, на анализе трех центральных понятий прагматики: коммуникативное действие, значение / смысл и контекст [Гаврилова 2009]. Интерпретация этих понятий имеет приоритетное значение для методологии изучения речевых актов в рамках реальной коммуникации. В связи с этим, рассмотрим их более подробно.

**Материалы и методы.** Материалом для данного исследования послужили работы отечественных и зарубежных лингвистов: Гаврилова Г.Ф., Жучков Д.О., Кудряшов И.А., Матвеева Г.Г., Остин Дж. Л., Серль Дж. Р., Хабермас Ю., Bachman L.F., Brown P., Levinson S., Dijk van T., Levinson S.C., Mey J.L., Stalnaker R.C.,

Wierzbicka A., Yule G. В качестве методов исследования использовались методы анализа и синтеза теоретической и научно-практической литературы.

**Обсуждение.** В текущих прагматических изысканиях речевые акты концептуализуются главным образом как рациональные коммуникативные действия, рациональный субъект речи определяется как участник коммуникации, избирающий такие средства воздействия на собеседника, которые оптимально соответствуют его иллокутивным целям, минимизируют «побочные эффекты» межличностного взаимодействия. В свете обозначенных выше идей коммуникативное действие является логическим результатом рационального выбора. В частности, Ю. Хабермас в работе «Теория коммуникативного действия» предлагает модель понимания разума в действии, во взаимоотношениях в Другим: разум развивается и находит выражение в коммуникативных практиках в рамках «жизни-мира» [Хабермас 1992]. Рациональное знание формируется в коммуникативных действиях с собеседником в попытке достигнуть взаимного понимания. Ю. Хабермас определяет рациональность в соответствии с характером аргументации и действенностью притязаний, свойственных собеседникам. Модель рационального субъекта речи согласуется с двумя наиболее влиятельными прагматическими концепциями – теорией речевых актов Дж. Остина и Дж. Серля [Остин 1986; Серль 1986, 1987] и теорией вежливости П. Брауна и С. Левинсона [Brown, Levinson 1987].

Дж. Остин заметил, что некоторые повседневные декларативные высказывания используются не с намерением произвести истинные или ложные высказывания. Эти высказывания не сообщают о некотором положении вещей, а предстают эквивалентом действию, поступку, изменяют мир субстанциональным образом, находясь вне категорий оценки истинности и ложности. Дж. Остин назвал подобные высказывания перформативами и противопоставил их утверждениям, суждениям и подобным высказываниям, которые получили название констативов. Перформативы стали интерпретироваться исследователем как специфические конвенции, связывающие «слова» с институциональными процедурами, своеобразные «церемонии». В отличие от констативов, которые могут быть охарактеризованы в терминах истинности и ложности, перформативы оцениваются как «удачные» или «неудачные» в зависимости от того, соответствуют ли они условиям общения. В изысканиях Дж. Остина намечается сдвиг от дихотомии перформативы / констативы к общей теории иллокутивных актов, в которой входящие в данную дихотомию высказывания формируют лишь отдельные подклассы.

В теории речевых актов Дж. Серля иллокутивные акты, являясь ядерным объектом исследования, дефинируются как категория намерений субъекта речи, выражаемая посредством языковых средств. При определенных условиях высказывание производит определенный иллокутивный эффект на адресата: если адресат понимает инициированное высказывание, то это высказывание достигает своей иллокутивной цели [Серль 1986]. Уточняя семантическую теорию Г. Грайса, Дж. Серль детализирует понятие «рефлексивной интенции»: субъект речи – как реализацию своего намерения – производит иллокутивный эффект на адресата, принуждая последнего к признанию себя и своего намерения [Серль 1986]. Инициация речевых актов, таким образом, представляется в теории Дж. Серля как отношения между конечным результатом и средствами его достижения: субъект речи реализует пропозициональные и иллокутивные цели посредством языковых выражений.

Теория речевых актов исходит из признания того, что минимальной единицей человеческой коммуникации является не предложение, а определенные типы лингвистических актов, такие, например, как просьба, обещание и т.д. Вклад Дж. Серля в развитие теории речевых актов состоит в том, что исследователь дает четкое разграничение между определенным речевым актом и языковыми средствами, которые задействуются в их инициации. Оказывается, что каждый речевой акт может быть выражен многообразными способами. Условие искренности речевого акта определяется как психологическое отношение говорящего субъекта к пропозициональному содержанию высказывания; уместность речевого акта – отношение между его пропозициональным содержанием и соотносимым с ним объективным миром.

Из теории вежливости П. Брауна и С. Левинсона исследователи в сфере речевых актов заимствуют понятия «социального лица» [Матвеева 1993], стратегии реализации речевых актов, угрожающих социальному лицу адресата [Жучков 2010], контекстуальных факторов, репрезентирующих власть, социальную дистанцию и неравенство собеседников [Кудряшов 2005]. Основываясь на понятии рационального социального действия М. Вебера, П. Браун и С. Левинсон детализируют феномен образцового субъекта речи (который, в свою очередь, можно рассматривать как прагматический аналог «идеального наивного субъекта речи» Н. Хомского).

Образцовый субъект речи наделен рациональностью и социальным лицом, обладает точно определенным регистром обоснованности коммуникативных действий, что позволяет ему добиться своих иллокутивных целей [Brown, Levinson 1987: 58]. С целью достичь своих иллокутивных целей и сохранить свое социальное лицо при реализации речевых актов, угрожающих социальному лицу адресата, идеальный субъект речи избирает оптимальную коммуникативную стратегию, задействует для этого соответствующие языковые средства за счет минимальных затрат. Идеальный субъект речи проявляет последовательное здравое мышление, согласуя свои внутренние состояния – мотивы, намерения, верования и способность влиять – с фактором адресата, обращаясь к этим состояниям как к источнику речевого поведения, избирает рациональный код оценки своих прав и обязанностей в данном речевом событии.

В свете обозначенных выше идей закономерным предстает тот факт, что исследователи говорят о прагматической компетенции, которая указывает на взаимоотношения между языковыми знаками и их референтами, пользователями языка и контекстом коммуникации. Л.Ф. Бахман утверждает, что прагматическая компетенция выявляет то, как субъект речи понимает характер взаимоотношений между речевыми актами и их функциями, определяется взаимосвязью между теми речевыми актами, реализация которых входит в намерение говорящего, и контекстом употребления этих речевых актов, который, в свою очередь, детерминирует их уместность.

На основании этого прагматическая компетенция предполагает иллокутивную и социолингвистическую компетенции [Bachman 1990: 87-90]. Иллокутивная компетенция предоставляет возможность использовать язык для выражения широкого диапазона его функций, оптимально интерпретировать иллокутивную силу речевого акта или дискурса; социолингвистическая компетенция – это умение контролировать конвенции употребления языка, задействовать языковые функции, которые оказываются уместными в рамках текущего контекста взаимодействия [Bachman 1990: 94]. Представляется, что идеи Л.Ф. Бахмана об иллокутивной компетенции проявляют связь с теорией речевых актов Дж. Серля, поскольку выявляют тот факт, что реализация отдельно взятого коммуникативного действия проявляет зависимость от такого фактора, как контекст употребления.

Прагматическая компетенция предполагает разнообразные способности участников диалогического взаимодействия. Во взаимодействии данного типа принимает участие, с одной стороны, адресант, который испытывает потребность в использовании языка для различных прагматических целей, и, с другой стороны, слушающий, которому необходима способность осознать подлинные намерения говорящего. Прагматическая компетенция – это прежде всего умение задействовать и интерпретировать языковые формы с косвенным и имплицитным смыслом, оптимально кодировать и декодировать речевые акты в определенном социальном контексте.

Т. ван Дейк фокусирует свое исследовательское внимание на функциях прагматики, полагая, что она обладает двумя основными задачами:

1) преобразовать дискурсы, высказывания, возможные миры в акты: то, что было абстрактной структурой высказывания-объекта должно стать абстрактной структурой высказывания-акта;

2) поместить данные акты в ситуацию и сформулировать условия, обуславливающие успешность этих высказываний в обозначенной ситуации [Dijk 1977: 140].

Согласно мнению С.К. Левинсона, прагматика охватывает не только контекстуально зависимые аспекты языковой структуры, но и проблемы использования и понимания языка. Поскольку в сферу приоритетных изысканий прагматики входит взаимозависимость между языковыми структурами и их употреблением, исследователь предлагает следующее определение данного лингвистического направления: «Прагматика – это изучение тех отношений между языком и контекстом, которые грамматикализуются, кодируются в языковой структуре [Levinson 1983: 9]. Другими словами, прагматика фокусируется на «тех аспектах взаимоотношений между языком и контекстом, которые оказываются уместными в процессе научного описания грамматической системы языка» [Levinson 1983: 9].

Указанное определение прагматики, как представляется, проявляет свою действенность при анализе дейкиса (дейктические слова (например, указательные местоимения) соотносятся с тем, что сообщается в рамках того или иного пространственно-временного контекста), пресуппозиций и речевых актов. С.К. Левинсон не включает в сферу прагматической проблематики конверсационные импликатуры, однако, указывает, что языковые структуры имманентно подразумевают их, а поэтому их исследование рассматривается как само собой разумеющееся.

Автор анализируемого определения прагматики видит его действенность в ограничении сферы исследования прежде всего лингвистической проблематикой, подчеркивании важности специфических аспектов значения и смысла. Он вводит в ракурс прагматических изысканий те аспекты значения и смысла, которые, в свою очередь, не были включены в семантическую теорию. Если прагматика может быть определена как «значение / смысл за вычетом семантики» [Levinson 1983: 32], то получается, что она предполагает принятие во внимание проблем семантической теории.

Я.Л. Мей критикует подход С.К. Левинсона к прагматике и, в частности, его ограниченность исключительно лингвистической проблематикой. Согласно его точке зрения, контекст необходимо рассматривать как то, что моделируется пользователями языка, и он не должен ограничиваться только грамматическими аспектами. В этой связи Я.Л. Мей предлагает следующее определение прагматики: «Прагматика – это изучение условий использования языка человеком, детерминированных общественным контекстом» [Meu 1993: 42]. Далее исследователь разграничивает два аспекта функционирования контекста: 1) связанный с обществом и его институтами (общественный); 2) связанный с межличностным взаимодействием (социальный) [Meu 1993: 42]. Р.К. Столнакер, разделяя мнение С.К. Левинсона и Дж. Лича, определяет грамматику, отграничивая ее от семантики: «Синтаксис изучает предложения, семантика – пропозиции. Прагматика – это изучение лингвистических актов и контекстов, в которых они реализуются» [Stalnaker 1998: 58].

А. Вежбицкая предлагает последующую возможность определения подходов к исследованию прагматики и ее отграничению от семантики. Исследователь выделяет два типа прагматики – собственную лингвистическую и «другую» (изучаемую в рамках социологии, этнометодологии и психологии). Вопрос о дифференциации лингвистической прагматики и семантики для А. Вежбицкой остро не стоит, поскольку первая является интегральной частью второй [Wierzbicka 1991: 19]. Между прагматикой и семантикой обнаруживается больше сходства, чем различий, но «не все, что называется ‘прагматикой’, может быть поглощено семантикой» [Wierzbicka 1991: 19].

Дж. Юл относит прагматику к изучению значения и смысла в том виде, как они коммуницируются субъектом речи и интерпретируются адресатом [Yule 1996: 3], т.е. в сферу ее внимания попадает то, что собеседники имеют в виду, иницируя высказывания, то, что в рамках реального взаимодействия означают слова и выражения. Прагматические изыскания нацелены на выявление того, что явно не высказано в акте общения, но косвенно сообщено адресату.

**Заключение.** В рамках нашего изыскания мы задействуем все приведенные выше определения прагматики, предполагая, что данная дисциплина, как и многие другие домены лингвистического знания, включает в себя разнообразные подразделы, такие как социопрагматика, контрастивная прагматика, кросскультурная прагматика, межъязыковая прагматика. Можно сказать, что прагматика при первом приближении исследует отношения между такими сущностями, как:

- (1) лингвистическая (языковая / речевая) форма [Гаврилова, 2007];
- (2) коммуникативные функции этих форм [Гаврилова, Малычева 2000];
- (3) контекст, в котором эти формы реализуют свои коммуникативные функции [Гаврилова, Шейко 2008].

Отношения, исследуемые в прагматике: прагматика (контекст), семантика, синтаксис (форма). Данные уровни взаимодействуют между собой, т.е. научное описание одного из них предполагает обращение к двум другим. Прагматика используется к исследованию языка с точки зрения его пользователей, выбора лингвистических средств, который они совершают, ограничений, с которыми они сталкиваются в рамках социального взаимодействия, эффектов, оказываемых на адресата в процессе реализации выбора лингвистических средств. Прагматические аспекты значения / смысла речевого акта манифестируются взаимодействием его содержания с интерпретацией языковых элементов, формирующих данное содержание.

Таким образом, при втором приближении прагматика предполагает исследование того, как:

- 1) интерпретация и использование высказываний зависят от знаний об объективной реальности;
- 2) взаимоотношения между говорящим и адресатом влияют на структуру инициируемых высказываний;
- 3) речевые акты используются и воспринимаются собеседниками.

#### **Библиография**

- Гаврилова Г.Ф. О модусных значениях в изъяснительном сложноподчиненном предложении // Известия Южного федерального университета. Филологические науки, 2007. – № 1-2. – С. 124–129.
- Гаврилова Г.Ф. Категория негации и интенсивности в языке прозы А.П. Чехова: функционально-стилистический аспект // Известия Южного федерального университета. Филологические науки, 2009. № 4. – С. 56–67.
- Гаврилова Г.Ф. Многозначность вопросительных конструкций и их функционирование в языке произведений М. Шолохова // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2012. № 2. – С. 58–67.
- Гаврилова Г.Ф., Малычева Н.В. Сложное синтаксическое целое с сочинительным союзом в антропоцентрическом аспекте // Филологические науки, 2000. № 5. – С. 46–57.
- Гаврилова Г.Ф., Шейко Е.В. К проблеме глагольных лексем и их контекстного употребления // Научное обозрение, 2008. № 2. – С. 90–97.
- Жучков Д.О. Речевой акт угрозы как объект прагмалингвистического анализа: дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2010. – 181 с.
- Кудряшов И.А. Феномен коммуникативной свободы в устном и письменном дискурсе: автореф. дис. ... докт. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2005. – 43 с.
- Матвеева Г.Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего: автореф. дис. ... докт. филол. наук. СПб, 1993. – 46 с.
- Остин Дж. Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1986. Вып. XVII: Теория речевых актов. – С. 22–129.
- Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1986. Вып. XVII: Теория речевых актов. – С. 170–194.
- Серль Дж. Р. Природа интенциональных состояний // Философия. Логика. Язык. М.: Прогресс, 1987. – С. 96–126.
- Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. – М.: Наука, 1992. – 245 с.
- Bachman L.F. Fundamental Considerations in Language Testing. Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – 249 p.
- Brown P., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – 352 p.
- Dijk van T. Text and Context. L.: Longman Group Ltd, 1977. – 286 p.
- Levinson S.C. Pragmatics. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. – 287 p.
- Mey J.L. Pragmatics. An Introduction. Oxford: Oxford University Press, 1993. – 283 p.
- Stalnaker R.C. Pragmatics // Pragmatics. Critical Concepts. L., NY: Routledge, 1998. Vol. 1. – P. 55–69.
- Wierzbicka A. Cross-Cultural Pragmatics. The Semantics of Human Interaction. Berlin, NY: Mouton de Gruyter, 1991. – 328 p.
- Yule G. Pragmatics. Oxford: Oxford University Press, 1996. – 324 p.

## К вопросу о специфике дискурса нового государственного управления<sup>1</sup>

Заварзина Галина Анатольевна

Воронежский государственный педагогический университет, Россия  
394043, г. Воронеж, ул. Ленина, 86  
доктор филологических наук, доцент  
E-mail: zga1311@mail.ru

**Аннотация.** Настоящая статья посвящена анализу дискурса государственного управления, что весьма актуально в современных условиях глобальных социально-политических и экономических изменений и реформирования российской управленческой сферы. В ходе исследования были выявлены специфические особенности русской управленческой коммуникации, связанные с активными процессами неологизации. Установлено, что исследуемый дискурс пополняется сильными и слабыми инновациями, в том числе за счет единиц, тематически не связанных ранее с анализируемой сферой, и расширения сферы ее функционирования.

**Ключевые слова:** государственное управление, дискурс, неологизация, сильные инновации, слабые инновации.

УДК 81'27

### Specifics of discourse of new public administration

Galina A. Zavarzina

Voronezh State Pedagogical University, Russia  
394043, Voronezh, Lenin Str., 86  
Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: zga1311@mail.ru

**Abstract.** The article discusses the discourse of public administration, which is very relevant in modern conditions of global socio-political and economic changes as well as of the reform of the Russian administrative sphere. The study has identified specific features of Russian managerial communication associated with the active processes of neologization. It has been found that the discourse under study is replenished with strong and weak innovations due to the expansion of the functioning of the units previously alien to this sphere.

**Keywords:** public administration, discourse, neologization, strong innovations, weak innovations.

UDC 81'27

**Введение.** Современный этап развития российского общества характеризуется значительными трансформациями во всех сферах общественной жизни. Наиболее серьезные изменения в настоящее время отмечаются в политико-государственной сфере российского общества, что связано, прежде всего, с процессами формирования новой системы государственного управления, понимаемой как значимого явления, влияющего на все сферы общественной жизни современной России. Подобные трансформации обуславливают существенные изменения не только в реалиях соответствующей сферы общественной жизни и общественном сознании россиян, но и в структурной организации и составляющих элементах дискурса государственного управления, связанного с «деятельностью, направленной на реализацию исполнительных, законодательных и судебных властных полномочий государства в целях выполнения его организационно-регулирующих и служебных функций как в обществе в целом, так и в его частях» (Купряшин, 2003, с.8).

**Материалы и методы.** Материалом для исследования послужили материалы информационно-справочной системы «Национальный корпус русского языка» ([www.ruscorpora.ru](http://www.ruscorpora.ru)) и правительственных интернет-сайтов ([www.kremlin.ru](http://www.kremlin.ru), президент. рф, путин. рф, правительство. рф, большоеправительство. рф, [www.ar.gov.ru](http://www.ar.gov.ru) и др.).

Для решения поставленных в настоящем исследовании задач использовались методы лингвистического наблюдения и описания, методы компонентного, сопоставительного и лексикографического анализа.

**Обсуждение.** Дискурс нового государственного управления, существуя прежде всего и главным образом в текстах с особым лексиконом, семантикой и особыми правилами словоупотребления, отражает специфический фрагмент социальной действительности [Zavarzina 2019; Ворожбитова 2012; Кегеян, Ворожбитова 2014; Михалёва 2000; Протуренко, Ворожбитова 2019; Хачецукова, Ворожбитова 2019; Шейгал 2000; Vorozhbitova, Potarenko etc. 2019; Vorozhbitova, Potarenko etc. 2020].

]. Специфика дискурса нового государственного управления находит отражение в активных процессах неологизации, проявляющихся:

1) в пополнении лексики названной сферы сильными инновациями, представленными:

<sup>1</sup> Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ совместно с субъектами Российской Федерации № 18-412-360006 р\_а.

а) иноязычными заимствованиями, среди которых можно выделить номинации, являющиеся, прежде всего, обозначениями новых концепций и моделей государственного управления (ср.: *эффективное управление, правительство без швов, сочлененное правительство, руководство без правительства, новое государственное управление, новый государственный менеджмент, электронное правительство, цифровое правительство* и др.), а также обозначениями отличительных признаков нового государственного управления (ср.: *транспарентность, аффилированный* и др.) [Заварзина 2012]. Появление подобных инноваций обусловлено интенсивным развитием и всеобщим распространением в современный период развития русского общества интернет-коммуникации, а также активизацией международного общения, приведшего к ориентированности сферы российского государственного управления на достижения западной цивилизации [Заварзина 2015; Юдина 2015].

б) морфологическими неологизмами, созданными за счет аффиксации (ср.: *федералист, фондовеи, ведомственность, путинский, прогубернаторский* и др.) и сложения, представленного основоложением и словосложением. За счет основоложения формируются сложные слитные слова, которые в исследуемом дискурсе представлены сложносокращенными единицами, образованными путем: а) соединения начальной части первого слова и целого второго слова (ср.: *госуправление, госудума, госуслуга, госзаказ, госдотация, госфункционер, госолигархи; комфракция, админреформа, правкомиссия, заксобрание, депгруппа* и др.), б) соединения начальных частей каждого слов (ср.: *Кабмин, Центризбирком, полпред* и др.), в) соединения целых слов посредством интерфикса, чаще всего находящиеся в подчинительных отношениях (ср.: *бюджетополучатель, клиентоориентированность* в оказании госуслуг и др.), г) соединения первого слова и конца второго слова [ср.: *тандемократия, путиномика* и др.). Среди сложных слов-композигов с отдельно оформленными частями наиболее частотными в дискурсе государственного управления являются следующие: *ведомства-соисполнители, чиновник-экономист, парламентско-правительственный, президентско-премьерский, аппаратно-бюрократический, путинско-медведевский* и др.

Аббревиатуры, появление которых в исследуемом дискурсе обусловлено усложнением картины мира и ее репрезентации, чаще всего номинируют органы государственной власти (ср.: *ГД – Государственная Дума, СФ – Совет Федерации, ЗС – Законодательное Собрание* и др.), политические партии и организации (ср.: *ЕР – Единая Россия, ЛДПР, КПРФ* и др.), государственные программы (ср.: *ГП – государственная программа, ФЦП – федеральная целевая программа, ДЦП – долгосрочная целевая программа* и др.) или фиксируют частичное изменение понятия или реалии управленческой сферы или представления о них (ср.: *ГИБДД вместо ГАИ, ФСБ вместо КГБ* и др.). Безусловно, создание аббревиатурных наименований в дискурсе государственного управления способствует увеличению языкового кода и обеспечивает огромную экономию на уровне текста. Особенно ярко отмеченное явление обнаруживается при сопоставлении аббревиатур с многословными названиями партийных и государственных учреждений и организаций.

В дискурсе нового государственного управления отмечаются процессы активного функционирования неологизмов, образованных за счет нульсуффиксальной (ср.: *федерал, муниципал, регионал* и др.) и суффиксальной (ср.: *списочник* в значении «депутат, избираемый по партийным спискам», *сетевик* в значении «представитель политических сетей», *социалка* – социальный заказ, *чрезвычайка* – чрезвычайная ситуация, *оборонка* – оборонная промышленность, *трехлетка* – трехлетний бюджет и др.) универбации.

в) синтаксическими неологизмами, реализующими новые возможности лексико-фразеологической сочетаемости словесных знаков (ср.: *административный ресурс, в ручном режиме, на уровне Белого Дома* и др.). За счет расширения сочетаемости некоторых слов, активно используемых в дискурсе государственного управления, могут формироваться так называемые фразеосочетания-перифразы. Существенное влияние в данном случае на язык политики начала XXI века оказали идеи так называемой «политической корректности» (или «политкорректности»), которая «требует убрать из языка все языковые единицы, задевающие чувства, достоинство индивидуума, ущемляющие его человеческие права привычной языковой бестактностью и/или прямолинейностью в отношении расовой и половой принадлежности, возраста, состояния здоровья, социального статуса, внешнего вида и т.п., вернее, найти для них нейтральные или положительные эвфемизмы» [Тер-Минасова 2000: 215]. Действительно, основной целью создания эвфемизмов в современном языке государственного управления является нейтрализация истинного смысла прямых наименований, нежелательных по политическим или этическим причинам, однако понимание подобных лексем носителями языка остается однозначным. Ср.: «*нецелевое использование бюджетных средств*» вместо «воровство»; «*управляемая демократия*» вместо «власть правящей элиты»; «*административная рента*», «*статусная рента*» вместо «взятки»; «*настройка правительства*», «*настройка органов власти*» вместо «снятие с ключевых постов тех или иных членов правительства»; «*силовики*», «*силовые структуры власти*» вместо «армия и КГБ»; «*налоговая оптимизация*» вместо «неуплата налогов»; «*новый общественный договор*» вместо «неучастие бизнеса в политике в обмен на государственные гарантии прав собственности»; «*экономически не обоснованный рост цен*», «*необоснованная прибыль*» вместо «*преступный рост цен*» и др.

2) в образовании слабых инноваций, которые представлены:

а) собственно семантическими инновациями, обусловленными трансформациями в семантической структуре лексической единицы в целом (ср.: *команда* – ближайшее окружение должностного лица государства, работающее над реализацией его программы, *настройка правительства* – снятие с ключевых постов тех или иных членов правительства, *продавить* – добиться принятия решения государственного органа; *нестерильные выборы, бюджетные инъекции, нити госуправления* и др.) или трансформациями в содержании денотативного и эмотивного компонентов значения слова (ср.: *парламент, президент, премьер, премьер-министр, мэ, мэрия, вице-мэр, вице-президент, вице-премьер, вице-спикер, сенат, сенатор, спикер, префект, префектура, департамент, нижняя/верхняя палата, центр, муниципалитет, разделение властей* и др.). Весьма многочис-

ленную группу словесных знаков в исследуемом дискурсе образуют так называемые «тематически переориентированные семантические неологизмы» [Загоровская 2013; Заварзина 2015], представленные словесными знаками, пришедшими из не связанных с государственным управлением сфер: из сферы экономики (ср. *инфраструктура электронного правительства*), из компьютерной сферы (ср.: *новый формат оказания государственных услуг, формат информационной прозрачности*), из военной сферы (ср.: *война законов/ компроматов* в значении «противоречия между законодательными актами»/ «используемые в политической или предвыборной борьбе взаимные обвинения политических групп, партий с предъявлением компрометирующих материалов»; *наращивать расходы, снижение напряженности в трудовом секторе*), из сферы медицины (ср.: *перекрывать кислород, метастаз коррупции, депутатский иммунитет*), из текстильной сферы (ср.: *ткань управленческая, нити госуправления*).

б) функционально-семантическими инновациями, отражающими активизации/ дезактивизации словесных единиц (ср. *губернатор, губернаторство, генерал-губернатор, губерния, Дума, думец, чиновник, департамент и др.*), снятии идеологических наслоений в семантике словесных знаков (ср.: *президент, мэрия, мэр, префект, полиция, сенат и др.*), изменении функционально-стилистических характеристик (ср.: *взять в разработку, выемка документов, вызвать на ковер, встреча без галстуков, регионы-доноры, регионы-матрешки, озвучить, взбучка, перетасовки, проволочки, мониторить* и др.).

**Заключение.** Таким образом, можно утверждать, что в настоящее время русский дискурс государственно-го управления претерпевает значительные лексико-семантические изменения, обусловленные целым рядом экстралингвистических факторов и проявляющиеся в значительном расширении формирующего его лексикона. Подобные изменения, несомненно, нуждаются в лингвистическом осмыслении и тщательном научном описании.

### Библиография

Ворожбитова А.А. Официальный дискурсивный фон исторического этапа Великой Отечественной войны: экспрессия Победы в лингвориторике «Правды» 1941–1945 гг. // Былые годы. Российский исторический журнал. – 2012. – № 3 (25). – С. 76–81.

Заварзина Г.А. Государственное управление: актуальная лексика русского языка начала XXI века. Словарь-справочник / Г.А. Заварзина. – Воронеж: ВГПУ, 2012. – 236 с.

Заварзина Г.А. Русская лексика государственного управления: история формирования и современные процессы развития: дис. доктора... филол. наук. – Воронеж, 2015. – 381 с.

Загоровская О.В. Русский язык на рубеже XX – XXI веков: исследования по социолингвистике и лингвокультурологии: монография / О.В. Загоровская. – Воронеж: Научная книга, 2013. – 232 с.

Кегеян С.Э., Ворожбитова А.А. Лингвориторические параметры политического дискурса (на материале текстов идеологов большевизма): монография. – Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2011. – 156 с.

Михалёва О.Л. Политический дискурс: способы реализации атональности/ О.Л. Михалёва// Построение гражданского общества: Материалы международного гуманитарного конгресса. – Ч.3: Русский язык: его современное состояние и проблемы преподавания. – Иркутск: Изд-во Ирк. гос. пед. ун-та, 2002.

Протуренко В.И., Ворожбитова А.А. Советская аргументативная модель в передовых статьях газеты «Правда» периода Великой Отечественной войны [Электронный ресурс]: монография. 3-е изд. М.: ФЛИНТА, 2019. – 140 с.

Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: учебное пособие / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.

Хачецукова З.К., Ворожбитова А.А. Лингвориторические параметры советского официального дискурса периода Великой Отечественной войны (на материале передовых статей газеты «Правда»): моногр. / З.К. Хачецукова, А.А. Ворожбитова. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2019. – 176 с.

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса/ Е.И. Шейгал. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2000. – 326 с.

Юдина О.Л. Появление англо-американских заимствований и их последующая метафоризация в российском управленческом дискурсе как один из способов развития российского менеджмента/ О.Л. Юдина // Вопросы управления, 2015. – № 5 (17). – С. 192–196.

Vorozhbitova, A., Potapenko, S., Berezovskaya, L., Lebedeva, E., & Kushko, N. (2019). Discourse of Communism and Socialist linguistic personality: Rhetorical perspective. *Amazonia Investiga*, 8(23), 739–748.

Vorozhbitova, A., Potapenko, S., Khachaturova, N., Khoruzhaya, Y. (2020). Linguistic rhetoric of Soviet discourse: official vs personal register (J. Stalin – A. Dovzhenko). *Amazonia Investiga*, 9 (29), 224–233.

Zavarzina G.A. Actual problems of terminological system development of new state administration/ G.A.Zavarzina, T.N.Dankova // The International Scientific and Practical Conference “Current Issues of Linguistics and Didactics: The Interdisciplinary Approach in Humanities and Social Sciences”. – Article Number 00138/ – Number of page(s)4. – Published online 25 October 2019. – SHS WoS. – Volume 69. – 2019.

**Специфика лингвоконтактологии в Атырауской области Республики Казахстан**

<sup>1</sup>Карташёва Анна Нахемовна  
<sup>2</sup>Кенжегалиева Сания Кожантаевна

<sup>1</sup>Атырауский государственный университет, Казахстан  
060011, г. Атырау, пр. Студенческий, 212  
кандидат филологических наук, профессор  
E-mail: akartasheva@mail.ru

<sup>2</sup>Атырауский государственный университет, Казахстан  
060011, г. Атырау, пр. Студенческий, 212  
академический доцент  
E-mail: azetta@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматривается специфика контактологических связей этносов Атырауской области Республики Казахстан, обращается внимание на особенности взаимовлияния языков в связи с прибытием в регион специалистов из дальнего зарубежья.

**Ключевые слова:** этнические контакты, лингвоконтактология, специфика межнациональных связей, языковая дихотомия.

УДК 81'42 (574)

**Specific features of linguistic contactology in the Atyrau region of the Republic of Kazakhstan**

<sup>1</sup>Anna N. Kartashyova  
<sup>2</sup>Saniya K. Kenzhegalieva

<sup>1</sup>Atyrau State University, Kazakhstan  
060011 Atyrau, Students Ave., 212  
Candidate of Sciences (Philology), Professor  
E-mail: akartasheva@mail.ru

<sup>2</sup>Atyrau State University, Kazakhstan  
060011 Atyrau, Students Ave., 212  
Associate Professor  
E-mail: azetta@mail.ru

**Abstract.** The article explores the specific character of contacts between ethnic groups of the Atyrau region of the Republic of Kazakhstan and focuses on the peculiarities of mutual influence of languages in connection with the arrival of specialists from abroad.

In this article is under consideration the specific character of contact and logical relations of ethnic groups of the Atyrau region of the Republic of Kazakhstan, is drawn attention to the peculiarities of mutual influence of languages in connection with the arrival of specialists from abroad in the region.

**Keywords:** ethnic contacts, linguistic contactology, specific features of interethnic relations, linguistic dichotomy.  
UDC 81'42 (574)

**Введение.** «Суперэтнические контакты порождают нарушение закономерности. Их следует всегда учитывать как зигзаги, само наличие коих является необходимой составной частью этногенеза, ибо никто не живет одиноко, а отношения между соседями бывают разнообразными» [Гумилев 2017: 7].

Национальная детерминированность этносов, в силу исторически сложившихся обстоятельств, проживающих на одном территориально-географическом пространстве, особенности их культуры, традиций, мышления, эмоций, когнитивных стереотипов находятся в зависимости от того, как долго они соседствуют друг с другом, в какой степени тесно они сотрудничают между собой в разных областях жизни, насколько близко сложились отношения и между народами, и между отдельными личностями.

Немалую роль играет и политика, проводимая самим государством в области межнациональных отношений.

**Материалы и методы.** Материалом нашего исследования стали впечатления иностранных специалистов, впервые столкнувшихся с историей, обычаями и традициями казахского народа, а также материалы местной периодической печати. В исследовании применялись методы наблюдения, компаративный, интервьюирования, которые обеспечивают достоверность приведенных данных.

**Обсуждение.** Бескрайние казахские степи не первый век служили приютом и для обездоленных, не нашедших крова в родных краях, и для тех, кто искал новые плодородные земли для развития хозяйства (первые казачьи переселения, связанные с государственной политикой царской России, начались еще в 18 веке), и для тех, кто приехал сюда не по своей воле (жертвы коллективизации и миграционных процессов в годы войны), в послевоенное время масса молодежи, движимая революционным энтузиазмом («Едем мы, друзья, в дальние



края, станем новоселами и ты, и я...»), приехала в Казахстан для освоения целинных земель. Индустриализация, добыча несметных полезных ископаемых привели в степь специалистов и простых рабочих. И наконец, начиная с 90-х годов 20-го века здесь стали осваиваться бесчисленные фирмы и компании из дальнего зарубежья, которых интересовали нефть и газ.

Вряд ли можно говорить о слиянии народов до 20-х годов прошлого века, так как приехавшие мигранты селились обособленно, пользовались только своим языком, соблюдали свои традиции, отмечали свои праздники, сторонились друг друга, иногда вступая в недолгие стычки из-за взаимного непонимания. О специфике расселения этносов говорит и названия сел Атырауской области: Макат, Доссор, Сарайшык – Кандаурово, Ганюшкино, Яманка и др.

Но постепенно отношения стали налаживаться, что привело к локальным процессам этнической интеграции, основанных на хозяйственно-торговых отношениях и на простых человеческих отношениях. До сих пор одной из любимых и популярных казахских песен является песня «Дударай», автором которой стала простая русская девушка Мария Егоровна Рыкина (Марьям Жатор-кызы, 1887 г.р.), овладевшая в совершенстве не только казахским языком, но и игрой на национальном музыкальном инструменте домбре. В своей песне Мария поет о любви к казахскому юноше Дюйсену, которого из-за кудрявых волос она прозвала Дударом (Кудрявым). Любовь молодых людей претерпела немало препятствий, пока родители не дали им разрешение на брак.

С течением времени межнациональные браки стали обыденным явлением. Почти в каждом подъезде многоквартирного городского дома проживают одна-две семьи с «неомогенным» составом. Среди нынешнего поколения много тех, в ком скрестились гены четырех-пяти этносов. В межнациональных семьях дети привыкают понимать и говорить на двух-трех языках. В городских семьях обычно базовым языком является русский, в аулах члены семьи, следовательно, и дети больше общаются на казахском.

Поэтому когда в 90-х годах Казахстан объявил о своем суверенитете и о придании казахскому языку статуса государственного, и власти республики, и общественная элита понимали, что при всей естественности и оправданности охранительной политики к национальному языку на до учитывать, что русский язык – это, во-первых, язык не только большой русской диаспоры, но и многих других этносов, которые указывают его как родной, а во-вторых, для простого населения этот язык остается средством социокультурной коммуникации вне всякой политики.

Функции русского языка были законодательно закреплены в государственных документах Республики Казахстан как официально употребляемого в государственных органах и органах местного самоуправления наравне с государственным. В поисках путей сбалансированного функционирования казахского и русского языков в 1995 году Указом Президента была создана новая общественная организация – Ассамблея народа Казахстана (АНК) как реальный механизм по проведению взвешенной национальной политики. В каждой области имеются национально-культурные центры, в которых молодежь и дети, оторванные от родной земли, могут изучать язык, культуру и традиции своего народа. Только общественное объединение «Республиканское славянское движение «Лад» имеет 24 филиала по стране, в том числе и в Атырау. Работают Ассоциация учителей русских школ Казахстана, общественные объединения «Славянский культурный центр», «Русская партия Казахстана», Православное благотворительное общество развития образования и культуры в РК «Светоч», православный культурный центр «Панагия». В Атырау работают русский национально-культурный центр «Былина», украинский национально-культурный центр «Довира», татаро-башкирский национальный культурный центр «Татулык», азербайджанский национально-культурный центр «Новруз», чечено-ингушский культурный центр «Вайнах», еврейский культурный центр «Алия», корейский национально-культурный центр «Тхониль» и др.

Главной целью создания всех этих общественных институтов является обеспечение мирного сосуществования многих этносов и избежание конфликтов на бытовой почве, могущих привести к политическим катаклизмам, поскольку они выполняют роль общественных медиаторов между народами, и на них возложена миссия **соизучения** и пропагандирования сведений о культуре, истории, языке соседствующих друг с другом народов. По инициативе данных центров республике были учреждены специальные праздники: День единения народов Казахстана, День благодарения, когда жители страны на всех существующих в республике языках могут презентовать и свою исключительность, и свой вклад в достижения страны.

Но учитывая, что в настоящее время дихотомия «этнос – язык» становится не только одним из важнейших условий развития этноязычных процессов, но и фактором политическим, выступающим на первый план, когда не срабатывают другие аргументы, нельзя отрицать, что периодически то казахскоязычная сторона выступает с требованиями пуристического подхода к развитию языка, то отдельные представители русской диаспоры концентрируются вокруг языка с идеями свободы и равенства, отрицая приоритетность в жизни страны государственного языка.

Но всплески активности и с той, и с другой стороны гасятся тем, что в Казахстане, в отличие от Украины и прибалтийских государств, между двумя «основными» нациями своеобразным «буфером» располагается множество других, более мелких национальных объединений, которые считают казахскую землю уже родной для себя и крайне заинтересованы в том, чтобы в Республике не повторялись сценарии, имевшие место в соседних странах. Многочисленные опросы населения, проводимые различными социологическими центрами показывают, что основная масса населения (особенно взрослого) готовы пережить даже набирающий оборот экономический кризис, лишь бы в стране сохранялись мир и согласие.

Надо сказать, что большая часть представителей интеллигенции, какой бы национальности они не были, понимают, что каждая нация считает своим долгом сохранить родной язык, связанный с историей народа, но

надо учитывать, что хотя представители многих национальностей, проживающих на территории Казахстана, утратили свой язык и перешли на русский и, частично, на казахский, но сам национальный язык продолжает свое существование на исконной территории и имеет возможность дальнейшего развития.

Для казахов же есть единственное средство сохранения и развития родного языка, остановить русификацию населения, начавшуюся еще в советское время, и сохранить свою самобытность – обеспечение особых условий для его возрождения и диверсификации в общественной жизни страны.

И все же, беря во внимание межэтническую напряженную обстановку во многих странах с неоднородным национальным составом, Казахстан пытается выработать свой опыт государственного законодательного регулирования языковых проблем, не зависящий от политической конъюнктуры и способный сохранить сложившиеся духовные связи между народами.

И русский, и казахский языки входят в обязательную программу обучения в школах и вузах. Открылось много курсов казахского языка для русскоязычного населения, в том числе и для казахов, не владеющих родным языком. Появилось достаточное количество телевизионных каналов с образовательными программами на казахском языке. Основная масса населения относится к пропаганде государственного языка с пониманием, осознавая, что одним из условий дальнейшего проживания в Казахстане и карьерного роста является хотя бы частичное владение титульным языком.

Но русский язык продолжает сохранять свои позиции социально-коммуникативном пространстве республики. Для казахской молодежи русский язык по-прежнему остается одним из мировых языков, помогающим встраиваться в мировое глобальное пространство и главным треком к овладению английским языком. Особенно ясно это понимают молодые люди, желающие продолжить свое образование за рубежом.

Движущей силой развития казахского языка в 21 веке стали не только социальные изменения, происходящие в стране, но и расширение сферы его функционирования после получения им статуса государственного, и трансформация эта проходит при непосредственном участии русского языка. Исторические связи, территориальная близость и повседневные экономические и культурные контакты людей, несмотря на то, что русский и казахский языки относятся к разным языковым семьям, привели к появлению одинаковых процессов в семантике и грамматике языков.

Если в русском языке наблюдается наплыв англицизмов, то через русский язык они попадают и в казахский, но параллельно с ними казахский язык получает и русские производные от этих слов, а также и сленговые новообразования из молодежного лексикона. Можно заметить, что расширение словарного состава казахского языка происходит не только благодаря возрастанию количества заимствований, пришедших из русского и через русский, но объясняется также метафорическими и метонимическими сдвигами, произошедшими в семантике многих русских слов (сеть – желі).

Происходит реактивация многих историзмов (полиция – полицей, дума – мажилис, чиновник – шенеунік, колледж, гимназия, лицей и т.д.), расширение фоновых значений знакомых слов (наблюдатель (на выборах) – бақылаушы).

Большая часть иноязычной лексики остается в казахском языке в русскоязычном варианте, так как попытки отечественных лингвистов приспособить их к фонетическим и словообразовательным законам казахского языка оказались тщетными, потому что в быстро меняющемся мире то, что было актуальным вчера, сегодня выходит из употребления (транзистор, пейджер и т.д.).

После отмены политической цензуры наступает время свободы слова, что приводит к постепенному размыванию границ табуированных в консервативном восточном обществе тем об отношениях между разными полами, о специфических мужских и женских болезнях, средствах гигиены и – упаси Аллах! – о сексе. Большинство передач доктора Малышевой и различные ток-шоу на подобные темы не соответствуют национальному коммуникативному сознанию и не подходят для семейного просмотра. Но обо всем этом можно найти материалы на русском языке, да и терминология более понятна, чем новообразования на родном языке.

Русский и английский необходимы также для тех атыраучан, которые работают в многочисленных иностранных компаниях и фирмах, в том числе и российских. Первое поколение специалистов из дальнего зарубежья не представляли себе, что, как им казалось, в восточно-азиатской стране они должны будут понимать не один язык, а два языка, что они встретятся с реалиями, не похожими на те, с которыми им приходилось сталкиваться в других **нефтедобывающих** странах. «Я ожидал увидеть азиатскую страну с восточным менталитетом, – делится впечатлениями Вели Курт. – Но ваш образ жизни больше похож на европейский, немного модернизированный под казахстанский» [Прикаспийская коммуна 2019: 9].

Турков, арабов, индийцев удивляет, что в Казахстане, считающимся мусульманской страной, традиции ислама строго соблюдаются не всем казахским населением, а только его определенной частью. Это действительно так, ислам для казахского общества так и не стал образом жизни, как в соседних среднеазиатских республиках, а 70 лет Советской власти и вовсе способствовали тому, что казахское общество осталось светским. С 2000-х годов мечети появились в каждом городе и селе, но подавляющее большинство коренного населения приняли в основном обрядовую сторону ислама.

По словам западных специалистов, им нравится сотрудничать с казахстанцами, так как они открыты, коммуникабельны, хорошо образованы, их удивляет, что наша молодежь неплохо разбирается в культуре, литературе, музыке, истории западных стран. Они признаются, что им очень нравятся казахстанские девушки: «Они более свободны, самостоятельны, общительны, чем восточные девушки, но гораздо красивее, воспитаннее, женственнее, чем западные» [Там же].

Неудивительно, что за последние 20 лет зарегистрировано большое количество международных браков.

Конечно, нельзя говорить о том, что в казахстанском обществе все тихо и спокойно. Именно с появлением иностранцев на территории области в нашем лексиконе прочно утвердились слова «толерантность», «политкорректность». Случаются конфликты не просто межнационального, а международного масштаба, например, между казахстанцами и арабскими, турецкими, китайскими и индийскими рабочими. Но надо признать, что в основе этих столкновений лежат не сколько национальные или политические требования, а экономические причины, чаще всего невыплата вовремя зарплат, разница в оплате труда в пользу приезжих или нарушение этических норм, принятых в казахстанском обществе, например, неуважительное отношение к местному населению, особенно к женщинам. Но в таких случаях против пришельцев и русскоязычные и казахскоязычные работники выступают дружно на одной стороне.

**Заключение.** В результате проведенного исследования можно сделать вывод о том, что к данному времени в республике создалась компактная модель всего евразийского сообщества со всеми его преимуществами и в то же время определенными сложностями. Люди, проживающие на территории Казахстана, воплотили в себе казахское радушие, русскую удаль, корейское благоразумие, немецкое трудолюбие.

#### **Библиография**

Гумилев Л. Древняя Русь и Великая степь. – М.: Айрис, 2017. – 736 с.

Ким А. Атырау другими глазами // Прикаспийская коммуна. – 2019. – 14 мая. – С. 9.

**Когнитивная направленность научной коммуникации в сфере образования**

<sup>1</sup>Китанина Элла Анатольевна

<sup>2</sup>Труханова Дарья Сергеевна

<sup>1</sup>Государственный институт русского языка имени А.С. Пушкина, Россия  
117485, Москва, ул. Академика Волгина, 6  
доктор филологических наук, профессор  
E-mail: ella\_kitanina@mail.ru

<sup>2</sup>Государственный институт русского языка имени А.С. Пушкина, Россия  
117485, Москва, ул. Академика Волгина, 6  
ассистент  
E-mail: trukhanova.dasha@yandex.ru

**Аннотация.** Статья посвящена описанию результатов экспериментального обучения иностранных студентов особенностям профессиональной научной коммуникации на русском языке при подготовке к освоению магистерской программы филологического факультета российского вуза. Автор, обобщая результаты исследований ряда методистов и собственные эмпирические данные, дефинирует основные трудности обучения терминологике инофонов, описывает некоторые приемы решения выделенных методических проблем на основе проведенного экспериментального обучения на базе Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина. Особое внимание уделяется проблеме получения новых знаний в иноязычной среде на фоне динамических социокультурных и коммуникативных процессов в современной письменной научной речи.

**Ключевые слова:** научная коммуникация, лингвистическая терминологика, языковая среда, вторичная языковая личность, профессиональная компетенция.

УДК 378-052(0.054.6):001.4

**Cognitive focus of scientific communication in education sphere**

<sup>1</sup>Ella A. Kitanina

<sup>2</sup>Daria S. Trukhanova

<sup>1</sup>Pushkin State Russian Language Institute, Russia  
117485 Moscow, Ac. Volgina Str., 6  
Doctor of Sciences (Philology), Professor  
E-mail: ella\_kitanina@mail.ru

<sup>2</sup>Pushkin State Russian Language Institute, Russia  
117485 Moscow, Ac. Volgina Str., 6  
Assistant  
E-mail: trukhanova.dasha@yandex.ru

**Abstract.** The article deals with the results of developing philology students' professional communicative competence while training them for the master's course at a philological department of a Russian higher school. Summarizing outstanding methodological heritage and their own empirical data, the authors define the most important difficulties of teaching terminology to foreign students and dwell on some techniques allowing to solve the outlined methodical problems drawing on the results of experimental teaching at Pushkin State Russian Language Institute. The authors pay a special attention to the problem of obtaining new knowledge in a foreign language environment in the context of dynamic sociocultural and communicative processes in modern written scientific speech.

**Keywords:** scientific communication, linguistic terminology, language environment, secondary linguistic personality, professional competence.

UDC 378-052(0.054.6):001.4

**Введение.** Современная стратегия развития российской высшей школы связана с задачей интеграции в мировую систему высшего образования и активным сотрудничеством с другими государствами в плане развития научно-профессиональной коммуникации и взаимодействия с образовательными системами других стран, что выдвигает новые требования к подготовке специалистов и бросает вызовы сложившейся методической системе высшей школы, особенно в области методики развития навыков научно-профессиональной коммуникации студентов, готовящихся к поступлению в магистратуры российских вузов. Трудности в основном обусловлены различиями в методических традициях образовательных систем в России и за рубежом. На подготовительном факультете Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина развитие коммуникативной компетенции в научном дискурсе рассматривается на трёх уровнях: обучение языку научной коммуникации будущих бакалавров, обучение языку научной коммуникации будущих магистрантов и обучение языку научной коммуникации будущих аспирантов. Владение приёмами современной научной коммуникации позволяет иностранным абитуриентам быстро социализироваться в поликультурной образовательной среде,

стать равноправными участниками научно-исследовательской деятельности вуза, гордиться достигнутыми результатами в научно-практических межвузовских мероприятиях. Очевидно, что это одна из сверхзадач методистов подготовительного факультета.

Научные и научно-учебные тексты закрепляют полученные знания, фиксируют их. Понятие научной коммуникации многоаспектно, его объем – предмет дискуссии философов, лингвистов и методистов. Например, Э.А. Лазаревич утверждает, что «экспрессивно-эмоциональные элементы могут присутствовать и в научной речи» [Воронова 2016: 9], тогда как многие подчеркивают эмоциональную сдержанность и нейтральность научной коммуникации. Однако при обсуждении вопроса о содержании понятия «научная коммуникация» и его признаков, многие методисты признают, что «научное знание воспроизводимо» [Котгорова 2016: 12]. Научная коммуникация связана с умением изложить научные достижения в тезисах, докладах, статьях, рефератах и в научной дискуссии. Однако для развития этого умения необходимо овладение метаязыком научной коммуникации, в том числе терминологическими.

Научная, как и любая другая коммуникация, – это процесс активного взаимодействия языков и культур, в котором всегда появляются те или иные расхождения, в том числе возникают лексические лакуны. Этот лингвокультурный феномен, актуальный в той или иной степени для всех сфер коммуникации, создаёт коммуникативные барьеры, искажая содержание сообщения между получателем и отправителем. Известно общее мнение российских и зарубежных учёных о том, что важны все составляющие коммуникации: адресант, адресат, код, контекст, канал связи, сообщение. В иноязычной среде общения эти составляющие содержат дополнительную нагрузку. Чтобы нивелировать обозначенную проблему необходимо организовать системную работу иностранных обучающихся над освоением специфики научного дискурса, в том числе над освоением кода – лингвистических терминов, ядра научной коммуникации. Особо актуально данное замечание при подготовке будущих филологов, так как метаязык этой отрасли знания не вполне сформировался, особенно в новейших, актуальных разделах лингвистики, он перманентно трансформируется. Кроме того, ситуация осложняется постоянной трансформацией коммуникативного пространства как такового.

Терминоведение сегодня – это активно развивающееся направление лингвистических исследований по русскому языку. В этой области лингвистики довольно подробно изучены и описаны семантические особенности терминов, к числу которых относят системность; наличие дефиниции; тенденцию к моносемичности в пределах своего терминологического поля; отсутствие экспрессии; стилистическую нейтральность [Рыбаков 2002: 61] (ср. [Даниленко 1977; Лейчик 2009; Котелова 1970; Моисеев 1970; Реформатский 1961; Толикина 1970]). Обучение иностранных обучающихся терминологии – одна из задач курса «Язык специальности» (наряду с развитием навыков устной и письменной научной коммуникации в разных форматах), так как дальнейшее овладение специальными дисциплинами иностранных обучающихся в процессе освоения магистерской программы по направлению подготовки 45.04.01 – «Филология», даже на первом курсе, невозможно без знания базовой специальной терминологии. Номинации дисциплин уже включают терминологические: современный русский язык, русское устное народное творчество, история русского языка, культурология, риторика, практикум по орфографии и пунктуации, культура научной речи, славянская филология, введение в языкознание, выразительное чтение, основы теории текста и дискурса, русская диалектология, педагогическая риторика, выразительные средства современного русского языка, общее языкознание, методика преподавания русского языка, преподавание русского языка в поликультурной среде, лингвотипология и ареальная лингвистика, стилистика, современные педагогические технологии в преподавании русского языка.

Таким образом, овладение терминологией – один из ключевых этапов формирования навыков научной коммуникации. Однако эмпирический опыт показывает, что существующие лакуны в метаязыке лингвистики и различия в методических традициях в высшей школе разных стран затрудняют изучение терминологии в группах иностранных обучающихся. Именно поэтому целью нашей работы является построение наиболее эффективной системы работы с иностранными обучающимися филологического профиля в плане усвоения терминологии и развития навыков научной компетенции.

**Материалы и методы.** В основе работы лежит экспериментальное обучение иноязычных подготовительного факультета в 2016-2018 гг. в Государственном институте русского языка им. А.С. Пушкина, которые готовятся к освоению программы магистратуры по направлению 45.04.01. – «Филология». В эксперименте принимали участие 2 группы обучающихся (15 человек из 8 стран в 2016/2017 учебном году, 24 человека из 10 стран в 2017/2018 учебному году).

Исследование проводилось в несколько этапов: дефинирование основных трудностей овладения терминологией обучающихся с учетом существующего методического наследия и результатов диагностического входного тестирования обучающихся, разработка учебных материалов с учетом результатов первого этапа работы, проведение экспериментального обучения, разработка методических рекомендаций по работе с иностранными обучающимися в контексте обозначенных методических задач.

**Обсуждение.** Анализ лингвометодических исследований и результатов диагностических исследований позволили определить следующие цели обучения: 1) познакомить иностранных обучающихся с нормами современного русского языка и необходимыми понятиями о научном стиле; 2) познакомить обучающихся с основными семантическими свойствами лингвистических терминов; 3) познакомить иностранных обучающихся с разновидностями научного дискурса и его жанровой системой; 4) сформировать навыки написания научных текстов (малых жанровых форм) и их редактирования; 5) научить различать актуальные направления в современной лингвистике и сформировать программу обучения. Также было определено, что для успешного освоения программы обучения с применением существующих учебных пособий необходимо учитывать ряд факторов, затрудняющих процесс обучения.

1. В современных условиях развития международного сотрудничества в образовании увеличивается количество иностранных обучающихся и, следовательно, образуется особая поликультурная образовательная среда. Например, в группе, сформированной в 2016/17 учебном году обучалось 15 человек из 8-ми стран (Турция, Куба, Колумбия, Сербия, Мали, Китай, Бразилия, Монголия), а в группе набора 2017 года обучается 24 человека из 10 стран (Турция, Куба, Колумбия, Сербия, Мали, Китай, Бразилия, Монголия, Вьетнам). В результате на занятиях обучающиеся – представители разных лингвокультур – интерпретируют предложенный им материал неодинаково. Возникает проблема унификации этой интерпретации. «Любая наука стремится максимально упорядочить употребляемую в ней терминологию, установить однозначное соответствие между словом и термилируемым понятием» [Рыбаков 2002: 255]. В первую очередь важно было закрепить понятия дефиниции, системности, тенденцию к монотематичности, отсутствие экспрессии. Это один из ключевых факторов, определяющих пути оптимизации системы обучения иностранных обучающихся терминологии.

2. Основная проблема восприятия терминологии связана с тем, что в родном языке обучающихся зачастую не существует таких терминов. Обучающимся в поликультурной аудитории особенно трудно достигается понимание терминов, представляющих смежные области лингвистического знания, даже сами названия этих сфер междисциплинарных исследований: когнитивная лингвистика, социолингвистика, психолингвистика и т.п. Необходимо учитывать, что, осваивая эти лексемы, обучающиеся заполняют определенные когнитивно-семантические лакуны. Сталкиваясь с лексическими единицами, не имеющими эквивалента в родном языке, обучающиеся одновременно сталкиваются с другим способом мышления, другим мировоззрением, которое чуждо для них и которое они могут не разделять.

3. Результат работы преподавателя предполагает в конечном счёте грамотное использование обучающимися иностранцами терминов в процессе научно-исследовательской деятельности. Это обуславливает введение в программу обучения максимально аутентичных учебных и профессиональных ситуаций научной коммуникации с целью мотивировать обучающихся использовать изученные термины. Немаловажную роль в решении этой задачи играют интерактивные формы работы и даже эдьютейнмент. Очень важно преподнести языковой материал обучающимся таким образом, чтобы облегчить им знакомство с принципиально новой для них языковой системой, сделать занятия увлекательными и повысить мотивацию к изучению русского языка.

На основе выделенных особенностей процесса освоения обучающимися терминологии в поликультурной среде во время проведения занятий в экспериментальной группе подготовительного факультета Института Пушкина были предложены и внесены корректировки в рабочую программу «Подготовка иностранных граждан и лиц без гражданства к освоению образовательных программ магистратуры на русском языке (гуманитарный профиль)» для более углублённого изучения языка специальности. Все эти изменения учитывают фактор поликультурной среды, необходимость сочетания принципа унификации с принципом учета психосоциологических особенностей обучающихся.

Во-первых, были подготовлены специальные тесты на знание терминологии направления «Филология», которые позволяют определить, уровень владения обучающимися терминологией и расхождения в понимании обучающимися семантики терминологии. При изначально нулевом показателе в конце года 60% тестируемых экспериментальной группы выполнили тест на 90-100 баллов (по 100-балльной шкале); 30% тестируемых выполнили тест на 60-75 баллов; 10% тестируемых справились с заданием на 40-50 баллов, это преимущественно обучающиеся из Китая и Турции. В требованиях рабочей программы представлены следующие лексические минимумы: 1. Гуманитарный профиль (612 лексических единиц). 2. Филологический профиль (740 лексических единиц). Однако будущие магистранты-филологи показали результат более 1,5-2 тысячи лексических единиц.

Во-вторых, в качестве обязательных элементов программы обучения введены игровые формы обучения, в основном соревновательного характера, что позволяет мотивировать обучающихся к активной работе. Например, в ходе экспериментального обучения все будущие магистранты участвовали в конкурсе «Лучший глоссарий», победителями в котором оказались кубинцы: они записали и выучили 200 лингвистических терминов, творчески подошли к составлению примеров в глоссарии. Кроме того, в качестве обязательной работы введено участие в научно-образовательных проектах для студентов иностранцев. В ходе экспериментального обучения, все обучающиеся приняли участие в таких мероприятиях, самостоятельно выбрав направления научно-исследовательской деятельности. Публикации по невербальной коммуникации подготовили абитуриенты-кубинцы; научные статьи, связанные с эффективной коммуникацией в бизнесе, написали обучающиеся из Турции и Китая; абитуриенты из Колумбии и Мали заинтересовались темой, связанной с заимствованиями в современном русском языке; поступающие в магистратуру из Монголии, Бразилии и Сербии выбрали анализ выразительных средств в произведениях русской художественной литературы. Безусловно, такой дифференцированный подход к выбору темы зависит от культурных, социальных, психологических различий между обучающимися. Диалектика «своего / чужого» углубляет представление о том, что нельзя приравнивать друг к другу свою и чужую концептосферы, а языки – это глубоко различные системы приемов мышления. Именно поэтому гипотетическая возможность замены различий языков одним общечеловеческим означает безусловное понижение уровня мысли. По итогам работы с иностранными абитуриентами в экспериментальных группах из 15-ти и 24-х иностранных обучающихся 29 человек с успехом выступили на 4-х научно-практических конференциях для молодых учёных, а их научные работы в дальнейшем были опубликованы.

В-третьих, при освоении терминологии ключевую роль играет работа над стилистикой научной речи. Необходимы анализ современной лингвокультурной речевой ситуации, разграничение стилей современного русского языка. Более всего иностранным обучающимся понятен разговорный стиль речи с элементами про-

сторечия, что для будущих специалистов-филологов неприемлемо. Важно познакомить будущих магистрантов с понятием «культура научной речи». Это наиболее трудная задача, поставленная перед преподавателем. Будущий магистрант-филолог должен не только овладеть нормами культуры научной речи, но и научиться излагать свои мысли лаконично, точно и при этом осмысленно, так как «...значение научной терминологии проектируется не только на внутренние, национальные контексты, но и на контексты внешние, интернациональные, причём её интернациональная коммуникативная функция всё время возрастает» [Воронова 2016: 4]. Умение отделять терминологические от разговорной речи достигается за счет многократного анализа текстов схожей тематики, но принадлежащих к разным коммуникативно-стилевым регистрам, и выполнения заданий, представляющих собой своеобразный стилистический перевод.

**Заключение.** Комплексный подход к обучению иностранных граждан, поступающих в магистратуру, предполагает развитие навыков устной и письменной научной коммуникации во всех видах речевой деятельности, при этом особо важной становится работа над освоением терминологии.

В результате нашей работы была разработана рабочая программа по «Языку специальности» для обучающихся филологического профиля, готовящихся к поступлению в магистратуру российского вуза, которая имеет восемь модулей, обязательных для усвоения знаний, приобретения навыков филологического анализа научного текста, его редактирования: фонетика, современные нормы орфоэпии; лексика современного русского языка; морфология и словообразование; синтаксис и пунктуация; стилистика и основы редактирования текстов научных жанров; основы культуры научной речи; нормы делового общения; функции языка. В каждом из разделов уделяется пристальное внимание проблеме усвоения иностранными обучающимися терминологии. Оптимизация этого процесса связана с унификацией восприятия лингвистической терминологии, мотивации обучающихся, активизацией навыков использования терминологии в максимально приближенных к реальным условиям научной коммуникации. Однако, подчеркнем, что формирование навыков научной коммуникации в поликультурной аудитории представляет собой многоаспектную работу в несколько этапов (лексический, грамматический, стилистически-нормативный, практический) при оптимальном соотношении методов для формирования научно-коммуникативных знаний и умений. Только комплексная работа может принести реальный результат – практическую готовность иностранных обучающихся не только к обучению в магистратуре российского вуза, но и к участию в межвузовской научно-исследовательской деятельности.

#### Библиография

Воронова А.В. Научно-популярные тексты как объект функционально-стилистического анализа // Вестник Российского университета дружбы народов. – №2. – 2016. С. 7–12.

Даниленко В.П. Русская терминология: Опыт лингвистического описания. – М., 1977. – 246 с.

Котурова М.П. Культура научной речи: текст и его редактирование: учеб. пособие. – М.: ФЛИНТА: НАУКА, 2016. – 280 с.

Котелова Н.Э. К вопросу о специфике термина // Лингвистические проблемы научно-технической терминологии. – М., 1970. – С. 122–127.

Лейчик В.М. Терминоведение: предмет, методы, структура. – 5-е изд. – М.: Книжный дом «Лоброком», 2009. – 256 с.

Моисеев А.И. О языковой природе термина // Лингвистические проблемы научно-технической терминологии. – М., 1970. – С. 127–139.

Реформатский А. А. Что такое термин и терминология // Вопросы терминологии. – М., 1961. – С. 51–54.

Рыбаков М.А. Семантические особенности и универсальные лексические свойства терминов в системе языка/ Вестник РУДН, 2002. – № 3. – С. 61–66.

Суперанская А.В. Общая терминология: вопросы теории / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева. – 6-е изд. – М.: Лоброком, 2012. – 248 с.

Толикина Е.Н. Некоторые лингвистические проблемы изучения термина / Е. Н. Толикина // Лингвистические проблемы научно-технической терминологии. – М.: Наука, 1970. – С. 53–67.

**Приветствие как элемент речевого этикета в межкультурной коммуникации  
на китайском и русском языках**

Ли Цзиньсян

Хунаньский педагогический университет, Китай  
410081, г. Чанша, ул. Сяосян чжунлу, 122  
доктор филологических наук, доцент  
E-mail : 1062867717@qq.com

**Аннотация.** Приветствие играет важную роль в процессе общения с людьми, от этого зависит успешность дальнейшего общения, однако у каждого народа в мире существуют свои правила приветствия, которых рекомендуется придерживаться. Приветствие при встрече является общим проявлением учтивости у всех народов: и у китайцев, и у русских. При встрече китайцы и русские выражают приветствие как невербальными, так и вербальными средствами. Невербальные формы приветствия включают кивок головой, поклон, пожатие руки, поцелуи. А вербальные формы приветствия в этих двух языках несколько схожи, но употребляются по разным правилам поведения и приветствия. Эквивалентные выражения приветствия в этих языках обладают разными стилистическими оттенками, употребляются в разных ситуациях и только частично совпадают в значениях.

**Ключевые слова:** приветствие, речевой этикет, межкультурная коммуникация, китайский язык, русский язык

УДК 808.5

**Greeting as an element of speech etiquette in cross-cultural communication  
in the Chinese and Russian languages**

Li Jinxiang

Hunan Normal University, China  
410081 Changsha, Xiaoxiang Zhonglu Str., 122  
Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail : 1062867717@qq.com

**Abstract.** Greetings play an important role in human interaction because they determine the success of further communication. However, each nation in the world has its own rules of greeting, which must be adhered to. Greeting at meetings is a common courtesy among both Chinese and Russians. When encountering Chinese and Russian people greet each other in nonverbal and verbal ways. The nonverbal greeting forms include nodding, bowing, shaking hands, and kissing while the verbal greetings in the two languages are richer though used according to different rules of behavior. Equivalent greeting expressions in these two languages have different stylistic shades, being used in different situations and only partially coinciding in meanings.

**Keywords:** greeting, speech etiquette, cross-cultural communication, Chinese, Russian

UDC 808.5

**Введение.** Где бы мы ни находились, мы должны общаться с разными людьми, ведь человек живет и действует в обществе. Раз человек является частью общества, то при общении с другими людьми он должен подчиняться определенным правилам речевого этикета, как он подчиняется правилам дорожного движения, когда водит машины. Однако люди разных культур придерживаются разных правил поведения. Если мы не очень хорошо понимаем правила поведения наших собеседников, принадлежащих к другой культуре, то могут появиться недопонимания и ошибки в общении, даже в случаях, когда мы очень хорошо знаем язык, на котором общаемся с ними.

**Материалы и методы.** Материалами послужили учебная литература по речевому этикету русского и китайского языков, результаты наблюдений за образовательным процессом по овладению иностранным языком. Все русскоязычные примеры приводятся в статье по данным «Национального корпуса русского языка» <http://www.ruscorpora.ru>. Методы исследования – наблюдение, сравнение, описание, анализ, интерпретация, обобщение.

**Обсуждение.** Приветствие является первым шагом, устанавливающим общение с адресатом. Оно играет важную роль в процессе общения в межкультурной коммуникации и вообще, ведь от него зависит успешность дальнейшего общения. В мире у каждого народа существуют свои правила приветствия, которых рекомендуется придерживаться. О том, как через правила приветствия выражается отношение к окружающим людям, можно узнать, обратив внимание на этикет приветствия. Приветствие при встрече является общим проявлением учтивости у обоих исследуемых народов – и у китайцев, и у русских. И недавно познакомившиеся люди и старые знакомые, которые встречаются почти каждый день, при встрече здороваются. В дальнейшем мы остановимся на различиях в правилах приветствия в Китае и в России, представляющих восточную и западную культуры соответственно.

При встрече китайцы и русские выражают приветствие как невербальными, так и вербальными средствами. Невербальные формы приветствия включают в себя кивок головой, поклон, пожатие руки, поцелуи. Как у



русских, так и у китайцев, принято при встрече с человеком пожимать его руку. Этим жестом в России пользуются не только в официальной обстановке, однако, он более характерен для мужчин. У китайцев рукопожатие при встрече используется гораздо шире: в официальной обстановке, при общении между малознакомыми людьми, причем не только между мужчинами, оно возможно также между мужчиной и женщиной, но, разумеется, это уместно только в официальной среде. Что касается кивка и поклона, они употребляются только в определенных ситуациях: кивок чаще используется малознакомыми людьми, которые встречаются по дороге куда-либо и при этом торопятся; поклон – между людьми старшего поколения и у русских, и у китайцев. В современном Китае очень редко кланяются друг другу даже пожилые люди. Китайская фразеологическая единица «点头之交» (Diǎntóu-дяньтоу-кивок; zhī jiāo-чжицзао-разворот) «шапочное знакомство» говорит о том, что хотя люди и знают друг друга, но о дружбе между ними говорить не приходится. Например, 我们关系密切, 还是只是点头之交? (Wǒmen guānxi mìqìè – вомэнь гуаньси мице, Hái shì zhǐshì diǎntóu zhī jiāo-хайши чжиши дяньтоу чжи цзао? т. е. *Мы близкие, хорошие друзья или о дружбе между нами говорить еще рано? / Насколько близкие мы друзья?*)

Говорят, в России излюбленным жестом приветствия представительниц прекрасного пола, тепло общающихся между собой, являются поцелуи. Напротив, в Китае поцелуи не являются жестом приветствия ни при каких условиях. Поцелуи бывают между родными, в частности между родителями и маленькими детьми. Поцелуи как жест приветствия в Китае считают неприличным, и китайцы сочтут того, кто его применяет, неграмотным, невоспитанным, а то и вовсе хулиганом.

Кроме вышеупомянутых невербальных средств, самым приемлемым вариантом, который рекомендуют употреблять, считается вербальное приветствие. Перед тем как приступать к различным формам приветствия, которые допускаются по правилам поведения у русских и у китайцев, следует отметить, что приветственная речь – один из главных критериев признания достоинств. Но какие вербальные формы приветствия существуют в китайском и русском языках?

В русском языке наиболее употребительной и универсальной формой приветствия являются фразы «Привет», «Здравствуй» или «Здравствуйте». Используя их, человек не рискует ошибиться, оказаться в неловкой ситуации. Выбор одной из формул приветствия «Здравствуй» и «Здравствуйте» зависит от отношений между говорящим и адресатом. Кажется, что эти выражения приветствия по лексическому значению являются полными эквивалентами китайским «你好!» (нихао-здравствуй) или «你们好!» (нимэнь hao – здравствуйте, мн.ч.) «您好!» (ниньхао-здравствуйте). На самом деле, между этими наиболее употребительными выражениями приветствия в русском и китайском языках есть различия. В русском языке «Здравствуй» свидетельствует о близком знакомстве между говорящим и адресатом, в то время как русская фраза «Здравствуйте» не только выражает уважение к собеседнику, сколько означает отсутствие отношений близкого знакомства между собеседниками. По сравнению с русской фразой, китайская фраза «你好!» (нихао) проявляет взаимное равенство, равные отношения, и фраза «您好!» (ниньхао) – уважение. И поэтому «Здравствуйте» в русском языке может употребляться при встрече с незнакомыми молодыми людьми, но «您好!» (ниньхао) в китайском языке никогда нигде не употребляется при встрече с молодыми людьми, хотя и совсем незнакомыми. Рассмотрим следующие примеры.

*Здравствуйте, Игорь! Спасибо за новости. Цирк – это прекрасно. Цирк – это детские воспоминания и положительные эмоции! Обязательно схожу. А Вам желаю прекрасно отдохнуть. До встречи!*

В этом примере приветствие «Здравствуйте» лучше перевести на китайский язык «你好!», «нихао» а не «您好!» «ниньхао», поскольку адресат моложе (по обращению «Игорь»), чем адресант, хотя отношения между ними еще не очень близкие.

Еще один пример: *Снял с меня пальто, повесил, принес тапочки. «Здравствуй, мама!» Улыбнулся. Удивительная у него улыбка!*

Здесь приветствие «Здравствуй» по-китайски лучше выразить «您好!» «ниньхао», потому что с этим приветствием обратился сын к маме, перевод «ниньхао» выражает уважение сына к маме и воспитанность, вежливость, проявленную сыном.

Русское приветственное слово «Привет», как непринужденное, широко распространенное приветствие, употребляется среди молодых людей, родственников, друзей. Например, *Женя, привет! Как старшая справляется с ролью мамы? Она еще не устала, не надоело?* В китайском языке эквивалентом этого выражения приветствия является опять-таки «你好!» (нихао). Таким образом, русские приветствия «Здравствуй» и «Привет», хотя и отличаются между собой, соответствуют одному и тому же китайскому выражению «нихао». Именно поэтому китайские студенты-русисты при встрече с русским молодым преподавателем говорят ему: *Здравствуй* или *Привет*. Они не замечают, что эти приветствия совсем не отвечают русскому речевому этикету в данной ситуации. Их ошибка состоит в том, что они приветствуют русского молодого преподавателя по правилам этикета, принятого между китайскими молодыми людьми.

А в русском и китайском языках речевой формулой «Приветствуем вас!» (欢迎您!) (HuānyíngNín - хуаньин нинь) обычно пользуются в особых случаях, когда важно подчеркнуть значимость собеседника, особенно на официальных встречах: на собраниях, на конференциях, на переговорах и т.п. Однако китайское приветствие «欢迎你们!» (хуаньин нимэнь мн.ч.) по сравнению с формой «欢迎您!» (хуаньин нинь) уже потеряло усиление значимости.

Русскую фразу «Здорово!», считающуюся мужским приветствием, относят к разряду фамильярных выражений. К тому же это выражение используется в просторечии. Полного эквивалента этой русской фразы в китайском языке нет, китайским переводом является то же «нихао», которое совсем не отражает стилистическо-

го отличия между русским и китайским выражениями. Следует обратить особое внимание студентов-китайцев, обучающихся русскому языку как иностранному, на сферу употребления и стилистическую окраску этого слова как выражения приветствия.

В современном русском обществе следует обратить внимание на слова, прочно обосновавшиеся в русской речи современной молодежи, такие как «Салют!», «Хай!», «Хэлло!». Они недопустимы в официальной речи, но пользуются популярностью у молодежи, которая через них выражает свою принадлежность к своей социальной группе. Например, *Хэлло, садись. Что нового? – и опять уставился в новостную ленту соцсети.* Так же и в Китае «Хай», «Хэлло», заимствованные из английского языка, чаще употребляют в общении между собой студенты, в частности студенты институтов иностранных языков, а также по отношению к близким друзьям и родным. Нужно заметить, что эти фразы несут оттенок непринужденности, даже фамильярности как в русском языке, так и в китайском.

Русские приветствия «Доброго здоровья!» «Мое почтение!» изредка можно услышать от пожилых людей, придерживающихся консервативных взглядов. Такие выражения приветствия в китайском языке отсутствуют. Сегодня в Китае традиционные приветствия у людей старшего поколения почти ничем не отличаются от приветствий у молодых людей, кроме заимствованных выражений приветствия.

В русском языке к общеупотребительным выражениям приветствия относятся «Доброе утро», «Добрый день», «Добрый вечер». Они отличаются временем употребления, т.е. «Доброе утро» употребляется при встрече в утреннее время (*Доброе утро! Вот завтрак ваш, – с трудом выговаривал Алеша.*), «Добрый день» – в дневное (*Добрый день! Я из девятой квартиры. Не знаете, где плотника можно найти?*), «Добрый вечер» – в вечернее (*Добрый вечер, Ольга Андреевна. Да, это я. У меня все в порядке.*). Само собой, «Добрый день» иногда употребляется в значении «Здравствуй (-те)».

По правде говоря, китайские буквальные эквиваленты «早上好!» (Zǎo ShàngHǎo-цзаошан хао-доброе утро!), «上午好!» (ShàngWǔHǎo-шанву хао – доброе утро!), «下午好!» (XiàWǔHǎo -сяву хао-добрый день!), «晚上好!» (WǎnShàngHǎo-ваньшан хао-Добрый вечер!) употребляются в разговорной речи не так широко, как русские выражения. Среди этих трех форм приветствия в обыденной жизни больше используют «早上好!» (цзаошан хао). Но в аналогичных ситуациях чаще всего употребляется «нихао». Формами «цзаошан хао», «шанву хао», «сяву хао» и «ваньшан хао» в Китае ведущие приветствуют зрителей, слушателей на концертах, вечерах, мероприятиях и т.п.. Это так называемый *телевизионный этикет*. И нетрудно заметить, что рассмотренные лексические эквивалентные выражения в русском и китайском языках на самом деле имеют разные прагматические значения и употребляются в разных сферах общения.

Кроме вышеуказанных выражений приветствия, в китайском языке существует еще много формул приветствия, которые никогда не пользуются как приветствующие фразы в русском языке. В Китае такие вопросительные предложения, как «去哪儿?» (Qù nǎ'èr - цюй наэр? – Куда ты идешь?) «下班啦?» (Xià Bān La-сябань ла? – Ты с работы?) «等人呢?» (Děng Rén Ne- дэн жэнь нэ? – Кого-нибудь ты ждешь?) «吃了没?» (Chī Le Méi - чи лэ мэй? – Ты пообедал(а)?) «买什么了?» (Mǎi Shén Me Le- май шэнь мэ лэ? – Что ты купил(а)?) часто употребляются как приветственные формулы в обыденной жизни китайского народа в общении коллег, соседей, знакомых и т.п. Эти приветственные выражения служат показателем:

– дружеских, близких отношений между собеседниками. На наш взгляд, хотя это и спорно, они также отражают этнокультурно-стилистические особенности речевой коммуникации;

– китайского национального характера – то, что китайцы добрые, заботливые, доброжелательные: они интересуются тем, что происходит в жизни их собеседника.

Кроме того, они демонстрируют такую особенность китайского этикета, что китайцы не обращают никакого внимания на личные секреты. Можно даже сказать, что китайцы совсем не признают за собеседником права на личные секреты. Вообще в их сознании понятие о личных секретах как таковых отсутствует.

Одновременно фраза «Ты уже пообедал?» как приветствие отражает глубокий слой китайской древней культуры. Известно, что в китайском языке есть поговорка «民以食为天» (Mín Yǐ Shí Wéi Tiān-минь и ши вэй тянь – Для народа основой является пища), в которой полностью отражается важность пищи в жизни китайского народа и актуальное отношение китайцев к жизни. Хотя Китай с древних времен являлся сельскохозяйственной страной, из-за большого количества населения проблема с питанием у народа существовала в китайской истории очень долгое время. Раньше, когда люди встречались на улицах, на работе и т.д., короче говоря, где бы они ни встречались во время обеда, они спрашивали «Ты пообедал (-а)». Это означало, что, если человек «пообедал (-а)», то все у него в порядке. Так арабы в качестве приветствия спрашивают «Как у тебя скот?». Ведь скот – самое важное в жизни древних арабов. Хотя в нынешнюю эпоху проблема с питанием в Поднебесной в основном решена, и происходит исторический переход от обеспеченности одеждой и питанием к среднезажиточному уровню, с обеспечения населения продовольствием и одеждой до установления зажиточной жизни, но люди привыкли к традиционному приветствию, возможно, оно необходимо и для того, чтобы хорошо запомнить историю и отобразить прошлое китайского народа в языке.

Но если при встрече с русскими спрашивают «Ты пообедал (-а)?», собеседник может подумать, что его хотят пригласить на обед. Неосведомленному человеку и в голову не может прийти, что в данной ситуации китайское «Ты пообедал (-а)?» выполняет функцию приветствия и тождественно русскому «Здравствуй». А другие вопросительные формулы приветствия тем более выражают заботу говорящего о слушающем и по функции соответствуют русским «Как дела?», «Все в порядке?». И они абсолютно не означают, что говорящий хочет узнать о личных секретах респондента. Все китайские вопросительные предложения-приветствия отражают заботу о жизни собеседника.

В вопросительных приветствиях в Китае в основном содержится выражение причастности, заботы о здоровье, работе, жизни, обучении и т. д. Например: «Как дела на работе?» Зная, что собеседник был болен, говорят: «Уже стало лучше?», «Береги себя!» Можно сказать, что эти приветствия, в основном, вызваны заботой и дружбой, и не имеют никакого намерения вмешиваться в личную жизнь других людей.

Ни одно из предыдущих вопросительных предложений не может использоваться в качестве приветствия в России. Традиционно, когда русские выходили из дома, если кто-нибудь спрашивал: «Куда ты идешь?», суевренный человек мог счесть, что дела могут пойти не так успешно, и иногда даже разворачивался обратно, в народе это называлось «закудыкивать дорогу». Многие из вышеописанных приветствий на китайском языке не подходят к приветствию между русскими, если они переводятся с китайского дословно как соответствующие русские предложения, «去哪?» (цой на?) (Куда?) «下班了?» (сябань ла?) (Ты с работы?) «辛苦了!» (синьку лэ!) (Вы устали? – буквальный перевод). Однако все эти предложения как выражения приветствия у китайцев, можно сказать, общепотребительные, особенно при встрече с хорошо знакомыми людьми, соседями, друзьями и т.п. Именно подобными формами приветствия китайцы проявляют заботу, свою доброжелательность к людям и окружающей среде, демонстрируют дружеские отношения между людьми и проявляют внимание к коллегам, товарищам. Однако русские считают, что эти предложения отражают следующую мысль: говорящий хочет узнать личные секреты других, или вмешаться в чужие дела и в свободу других, или сомневается в какой-либо способности людей. Поскольку подобные выражения китайского языка совсем не соответствуют русским правилам поведения и приветствия, они зачастую ставят русских людей в тупик.

**Заключение.** С учетом всего вышесказанного о формулах приветствия в русском и китайском языках мы приходим к следующим выводам:

Во-первых, у русских и китайцев имеются свои правила поведения при приветствии. Одни правила соответствуют китайскому этикету, но не подходят к русским нормам и правилам общения, другие наоборот.

Во-вторых, буквально эквивалентные выражения приветствия в русском и китайском языках обладают разной прагматической окраской, употребляются в разных ситуациях, только частично совпадая в значениях.

В-третьих, в повседневных и простых формулах приветствия в русском и китайском языках отражаются глубокие слои истории и культуры.

#### Библиография

Акишина А.А., Формановская Н.И. Русский речевой этикет: Практикум вежливого речевого общения. – М.: URSS, 2008. – 184 с.

Формановская Н.И. Русский речевой этикет: нормативный социокультурный контекст. – М.: Русский язык, 2002. – 160 с.

## Медицинский дискурс: образы автора и адресата

Линник Любовь Александровна

Башкирский государственный медицинский университет  
Министерства здравоохранения Российской Федерации, Россия  
450008, г. Уфа, ул. Ленина, 3  
старший преподаватель  
E-mail: lyubovlinnik07@gmail.com

**Аннотация.** Медицинский дискурс эксплицитно либо имплицитно содержит в себе признаки «диалога» автора, создателя текста, и читателя, его адресата, которые вместе являются создателями дискурса. Материалом нашего исследования являются аннотации медицинских статей, изучая которые можно сформировать образ авторов их текстов, а также предполагаемых, с точки зрения автора, адресатов, семантические карты, составленные реальными адресатами, что позволяет сравнить образы предполагаемых и реальных адресатов научных медицинских статей, кроме того, облака слов, составленные на основе этих же медицинских статей, но уже искусственным интеллектом, прототипом для которого служит человеческое сознание, то есть опять образ предполагаемого адресата. Применение принципов передачи имплицитной информации от автора к адресату в тексте Г.П. Грайса позволяет выявить образы автора и адресата медицинского дискурса как учёных, врачей, владеющими в полной мере медицинской терминологией, эрудированных, владеющих современными методами диагностики и лечения, предпочитающих строго последовательное построение текста, сжатую информацию, готовые к научной дискуссии.

**Ключевые слова:** теория дискурса, научный дискурс, медицинский дискурс, автор, адресат, научный текст.

УДК 81-13

## Medical discourse: Images of the author and the recipient

Liubov A. Linnik

Bashkir State Medical University, Russia  
450008 Ufa, Lenin Str., 3  
Senior Lecturer  
E-mail: lyubovlinnik07@gmail.com

**Abstract.** The medical discourse contains explicit or implicit signs of a “dialogue” between the author and the reader creating discourse together. The material of this paper is the abstracts of medical articles: their study allows to form images of the author and his / her intended addressees with the help of mind maps compiled by real recipients. This approach allows to compare the images of intended and real recipients of scientific medical articles as well as clouds of words compiled drawing on the same medical articles by artificial intelligence comparable with human mind, i.e. the image of the alleged addressee etc. The application of G.P. Grice’s principles of transferring implicit information from the author to the addressee reveals the images of the sender and receiver of medical discourse comprising scientists, fluent in medical terminology, in modern methods of diagnosis and treatment, preferring consistent text construction, concise information, ready for a scientific discussion.

**Keywords:** discourse theory, scientific discourse, medical discourse, author, recipient, scientific text.

UDC 81-13

**Введение.** В любой коммуникации центральными понятиями являются категории автора и адресата. Дискурс эксплицитно либо имплицитно содержит в себе признаки «диалога» автора, создателя текста, и читателя, его адресата, которые вместе являются создателями дискурса.

Исследование проблемы автора и адреса привлекает внимание многих учёных, однако материалом для изучения данных понятий языковеды и литературоведы выбирают преимущественно художественные тексты. Несмотря на это, так называемые лингвистические сигналы адресованности – особой текстовой категории, определяющей знания о предполагаемом читателе и прогнозируемом характере его интерпретационной деятельности [Воробьёва 1993: 14] – присутствуют в любом тексте, в том числе нехудожественном, включая и научный дискурс.

**Материалы и методы.** Материалом нашего исследования являются аннотации медицинских статей, изучая которые можно сформировать образ авторов их текстов, а также предполагаемых, с точки зрения автора, адресатов, семантические карты, составленные реальными адресатами, что позволяет сравнить образы предполагаемых и реальных адресатов научных медицинских статей, а также облака слов, составленные на основе этих же медицинских статей, но уже искусственным интеллектом, прототипом для которого служит человеческое сознание, то есть опять образ предполагаемого адресата.

**Обсуждение.** основоположниками изучения образа автора являются В.В. Виноградов и М.М. Бахтин, в работах которых, посвященных исследованию автора и адресата художественных текстов, можно почерпнуть универсальные принципы изучения интересующих нас категорий. В.В. Виноградов выделял образ автора-

рассказчика и образ автора-писателя, считая, что в художественном тексте они отражаются по-разному и средств, достаточных для полноаспектного выражения личности писателя, в художественных текстах нет [Виноградов 1971: 118]. Научные медицинские тексты как тексты нехудожественного характера основаны на презумпции истинности, в отличие от художественных, основанных на презумпции вымысла текстах, и, очевидно, только образ автора-непосредственного создателя текста, однако, в медицинском тексте средств для выражения личности автора еще меньше, что объясняется тяготением научных текстов к объективности.

М.М. Бахтин в работе «Проблема текста» рассматривает образы автора-рассказчика, автора-создателя текста, лишь косвенно представленного в нём, и образ автора-человека, то есть личность писателя, создавшего текст, выявить который представляет наибольшую сложность: «Это не значит, что от чистого автора нет путей к автору-человеку, – они есть, конечно, и притом в самую сердцевину, в самую глубину человека, но эта сердцевина никогда не может стать одним из образов самого произведения. Он в нем как в целом, притом в высшей степени, но никогда не может стать его составной образной (объектной) частью. Это не *natura creata* и 19 не *natura naturata* creans, но чистая *natura creans* et non create» [Бахтин 1996: 313].

В научном медицинском дискурсе образ автора-рассказчика отсутствует, образ автора-человека, учитывая институциональность и стандартизованность медицинского дискурса [Касимова, Линник 2017: 768], едва ли может быть представлен, а вот образ автора-человека, в случае с научным медицинским дискурсом, автора-исследователя, автора-врача находит наиболее полное воплощение.

В той же работе «Проблема текста», М.М. Бахтин пишет не только о категории образа автора, но и о категории образа адресата, в том числе необходимости и обязательности его присутствия в тексте: «Текст не вещь, и поэтому второе сознание, сознание воспринимающего, никак нельзя элиминировать или нейтрализовать» [Бахтин 1996: 310].

Интересен взгляд на понятие адресата В. Шмида [Шмид 2003], который в образе адресата текста определяет две ипостаси: абстрактного адресата («содержание того авторского представления о получателе, которое теми или иными индигициальными знаками зафиксировано в тексте» [Шмид 2003: 60]) и конкретный читатель, абстрактный адресат при этом может быть предполагаемым адресатом («к которому обращено произведение, языковые коды, идеологические нормы и эстетические представления которого учитываются для того, чтобы произведение было понято читателем. В этой функции абстрактный читатель является носителем предполагаемых у публики фактических кодов и норм» [Там же: 61]) и идеальным реципиентом, воспринимающим текст «идеальным образом», «поведение идеального читателя, его отношение к нормам и ценностям фиктивных инстанций целиком предопределены произведением» [Там же: 61]. С этой точки зрения, аннотация медицинской статьи рассчитана на абстрактного предполагаемого адресата и содержит в себе приписываемые ему автором характеристики, семантическая карта, составленная по заданному тексту статьи читателем, проливает свет на образ конкретного адресата медицинского дискурса, а облако слов по этой же статье – на собирательный образ идеального адресата.

Взгляд на дискурс как на инструмент власти, характерный для западных лингвистических исследований [Касимова, Линник 2017: 787], порождает особый взгляд на проблему адресанта и реципиента. О.С. Иссерс, опираясь на работы Р. Лакоффа, полагает, что только неравноправность дискурса, реализующаяся при намеренном воздействии одного коммуниканта на другого, позволяет считать дискурс персуазивным (воздействующим). А одним из наиболее значимых методов речевого воздействия исследователь считает помещение желаемого для реципиента компонента смысла в имплицитный пласт высказывания [Иссерс 1999]. Таким образом, существует не только взгляд на автора и адресата как на отдельные текстообразующие категории, но и на их взаимоотношения, статус и позицию в дискурсе. Такой подход делает очевидной связь понятий адресанта и реципиента с когнитивными стратегиями дискурса.

О.С. Иссерс, утверждая, что в любой коммуникации у участников имеются «неречевые цели», регулирующие их деятельность, пишет: «Феномен речевого воздействия связан, в первую очередь, с целевой установкой говорящего – субъекта речевого воздействия. Быть субъектом речевого воздействия – значит регулировать деятельность своего собеседника (не только физическую, но и интеллектуальную)» [Иссерс 1999: 21]. «Специфика образа адресата в аспекте речевых стратегий заключается в активной роли автора по отношению к концепции адресата» [Там же: 76]. Иссерс выделяет понятия реального и гипотетического адресата, а успешность коммуникации обуславливает их совпадением.

Вторит западным исследователям Е.М. Меркулова, подчеркивая значимость фактора адресата при исследовании когнитивных стратегий дискурса: «Описание языковых стратегий и способов невозможно без учета фактора адресата. Согласно интерактивной теории дискурса, говорящий строит текст, опираясь на свои представления об адресате» [Меркулова 2013: 12].

Принципы передачи имплицитной информации от автора к адресату в тексте описал Г.П. Грайс [Грайс 1985]. По Грайсу, главным принципом успешной коммуникации является принцип кооперации, суть которого сформулирована следующим образом: «Твой коммуникативный вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога» [Грайс 1985: 222]. Принцип кооперации реализуется при учете четырех максим коммуникации: количество, качество, отношение и способ – разработанных, чтобы выводить из текста имплицитную информацию, или коммуникативные импликатуры (по Грайсу). При условии соблюдения принципа кооперации адресант и адресат получают обширные возможности передачи и получения информации, содержащейся в тексте в неявном виде.

Постулат категории количества подразумевают, что автор передаёт информацию в необходимом адресату объёме, не больше и не меньше. Информация в научных текстах представлена сжато, наиболее частотными являются отлагольные существительные, обозначающие ситуации, а не предметы, что обусловлено представ-

лением о читателе как об осведомленном и компетентном исследователе. Аннотации медицинских статей в этом плане представляют максимально сжатую информацию и формируют образ читателя как ученого, способного к самостоятельному развертыванию и декодированию данной информации. В то же время, автор, составляя аннотацию, заведомо выделяет наиболее значимые, с его точки зрения, компоненты статьи, однако авторское выделение субтем, навязанное реципиенту, может не совпадать с субтемами, являющимися наиболее важными с точки зрения адресата.

Постулаты категории качества подразумевают подлинность и достоверность представленной автором информации. В медицинском дискурсе эта категория представлена при реализации стратегии информирования, убеждения, обобщения, то есть при выстраивании аргументации, приведении результатов исследований, обосновании адекватности выбранных методов и объективности результатов, ссылок на исследования и т.д.

Постулат категории отношения акцентирует внимание на логику построения мыслей, ясности и однозначности выражения, строгого построения текста, четкой структуры и последовательного построения. Аннотации медицинских статей, с этой точки зрения, демонстрируют большой разброс в соблюдении этой максимы, однако отобранные нами аннотации статей с наивысшим индексом научного цитирования, что, по нашему мнению, является показателем включенности в научную коммуникацию и собственно ее успешности, характеризуются четкой структурой, сжатым изложением наиболее значимых моментов статьи, а также соблюдением принципа «золотого сечения».

Постулаты категории способа заключаются в отсутствии избыточных пояснений собственно научной лексики, терминов, понятий. В научном медицинском дискурсе этот принцип реализуется при использовании терминологии, научных теорий, подходов и открытий, прецедентных имен и др. без дополнительных пояснений, что соответствует принципам научного этикета, ведь в данном случае адресат представляется осведомленным коллегой-врачом, а дополнительные пояснения продемонстрируют сомнение в его компетентности.

**Заключение.** Таким образом, медицинский дискурс представляет образы автора и адресата как учёных, врачей, владеющими в полной мере медицинской терминологией, эрудированных, владеющих современными методами диагностики и лечения, предпочитающих строго последовательное построение текста, сжатую информацию, готовые к научной дискуссии.

#### Библиография

- Бахтин М.М. Язык в художественной литературе // Бахтин М.М. Собрание сочинений в семи томах. – Т. 5. – М.: Русские словари, 1996. – С. 287–297
- Виноградов В.В. О теории художественной речи. – М.: Высш. шк., 1971. – 233 с.
- Воробьева О.П. Текстовые категории и фактор адресата: Монография. Киев: Высшая школа, 1993. – С. 14–15.
- Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. Лингвистическая прагматика. – М.: Прогресс, 1985. – С. 217–237.
- Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: Монография. – Омск: Омск. гос. ун-т, 1999. – 285 с.
- Касимова О.П., Линник Л.А. Медицинский дискурс в современной лингвистике // Вестник Башкирского университета, 2017. – Т. 22. – №3. – С.767–773.
- Касимова О.П., Линник Л.А. «Дискурс» и «текст»: взаимодействие и дифференциация терминопонятий // Вестник Башкирского университета, 2017.Т.22. №3. – С.785–789.
- Меркулова Е.М. Языковые средства представления сторон военного конфликта в американском и российском дискурсах (на материале официальных текстов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2013. – 30 с.
- Шмид В. Нарратология. – М.: Языки славянской культуры, 2003. – 312 с.

Коммуникативные стратегии аргументации в статьях экологической тематики

<sup>1</sup>Маюк Елена Павловна  
<sup>2</sup>Федюк Ольга Викторовна

<sup>1</sup>Минский государственный лингвистический университет, Беларусь  
220034, г. Минск, ул. Захарова, 21  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: leaka@tut.by

<sup>2</sup>Минский государственный лингвистический университет, Беларусь  
220034, г. Минск, ул. Захарова, 21  
студент факультета межкультурных коммуникаций  
E-mail: olka\_322@mail.ru

**Аннотация.** Выявляется репертуар коммуникативных стратегий аргументации в статьях экологической тематики. Установлено, что в публикациях используется воздействие на интеллект (67 %), комбинация всех трех видов аргументации – воздействие на интеллект, на волю и на чувства (22 %) и воздействие на волю (11 %). Доминирование стратегии воздействия на интеллект обусловлено образовательной функцией экологического дискурса, связанной с формированием системы экологических знаний и осознанием экологических проблем. Более того, наряду с воздействием на чувства и волю, все эти три стратегии направлены на привлечение участников дискурса к совместным действиям.

**Ключевые слова:** речевая стратегия, экологический дискурс, аргументация, воздействие.

УДК 811.161'42

Communicative strategies of argumentation in articles on ecology

<sup>1</sup>Elena P. Maiuc  
<sup>2</sup>Olga V. Fedjuk

<sup>1</sup>Minsk State Linguistic University, Belarus  
220034 Minsk, Zakharova Str., 21  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
Email: leaka@tut.by

<sup>2</sup>Minsk State Linguistic University, Belarus  
220034 Minsk, Zakharova Str., 21  
student of the Intercultural Communication faculty  
E-mail: olka\_322@mail.ru

**Abstract.** The article explores the repertoire of communicative strategies of argumentation in articles on environment. The research results show that all publications use the strategy of impact on intelligence (67%) combination of all three types of argumentation which include impact on intelligence, will and feelings (22%) and impact on will (11%). The dominance of the strategy impacting intelligence is determined by the educational function of environmental discourse associated with the formation of a system of environmental knowledge and awareness of environmental problems. Moreover, along with influencing feelings and will, the three strategies are aimed at calling discourse participants for joint action.

**Keywords:** speech strategy, ecological discourse, argumentation, persuasion.

UDC 811.161'42

**Введение.** За последние годы резко возрос интерес общественности к проблемам экологии, что обусловило появление большого количества текстов и высказываний на эту тему. Осознание населением планеты вредного влияния деятельности человека на состояние экологии привело к тому, что к политическому руководству различных стран стали предъявлять требования принять незамедлительные меры по защите окружающей среды. Кроме того, общество стало все больше проявлять интерес к проблемам экологии, что нашло отражение в многочисленных публикациях в прессе, а также сообщениях на радио и телевидении, связанных с экологической тематикой.

Возникновение экологического дискурса относят к знаковым для культуры явлениям, так как данный дискурс означает формирование экологического сознания и, соответственно, выработку стратегий для решения экологических проблем [Василенко 2012: 81–86].

В настоящее время принято говорить о глобальном, национальном и региональном уровнях экологического дискурса. В данной работе рассматривается явление белорусского национального медийного экологического дискурса, а также коммуникативные стратегии и тактики его аргументации [Фанян 2002].

Актуальность темы обусловлена возрастающей значимостью применения коммуникативной стратегии аргументации в условиях прагматического мира, который охватывает все сферы деятельности, включая и экологию.

гию, как сферу, представляющую интерес для современной общественности; отсутствием специальных работ, посвященных анализу речевых стратегий и тактик в текстах экологического медийного дискурса.

Цель работы заключается в специфике реализации речевой стратегии аргументации в экологическом медийном дискурсе, который является основным транслятором актуальных вопросов экологии в мире.

Объектом исследования выступает экологический дискурс в медийной среде. Предметом научной работы является функциональный потенциал речевых тактик, объективирующих стратегию аргументации в указанном дискурсе.

**Материалы и методы.** В качестве фактического материала методом сплошной выборки были отобраны новостные статьи авторитетных Интернет-порталов Республики Беларусь («Ecoinfo.bas-net.by»; «Wildlife.by»; «Ecology.by»; «Minpriroda.gov.by»; «Belta.by»; «Tut.by»). Общий объем контента составил 83 новостных статьи, опубликованных за 2018-2019 гг.

При написании работы использовались следующие методы исследования: описательный, классификационный методы; метод контекстуального анализа, метод обобщения, метод типологизации, а также приемы статистической обработки языкового материала.

**Обсуждение.** К экологическому дискурсу можно отнести множество стилей и жанров, от монографий до произведений популярной и художественной литературы, в которых обсуждаются проблемы, связанные с состоянием окружающей среды, представляются экологические знания и формируется экологическая концепция.

В качестве материала исследования экологический дискурс использует тексты, созданные непосредственно экологами (научные статьи, монографии), публицистические тексты, созданные журналистами и распространяемые в средствах массовой информации, тексты религиозно-проповеднического характера на темы экологии и художественные тексты.

Ядро экологического дискурса, бесспорно, составляют тексты научного содержания, а также тексты, соотносящиеся с медийным дискурсом [Азначьева 2006: 83–84], а на дальнейшей периферии находятся художественные тексты и разного рода письма и обращения, адресованные политикам или государственным учреждениям, бытовые разговоры на экологические темы.

Тематика текстов, составляющих экологический дискурс, разнообразна. Она охватывает проблемы, связанные с охраной атмосферы сохранением чистоты водного пространства мирового океана, предотвращением последствий вырубки лесов и уничтожения находящихся под угрозой вымирания видов животных и растений, энергетические проблемы и разработки в сфере получения «энергии будущего», а также проблемы утилизации бытовых, радиоактивных и ядерных отходов.

Существуют разные подходы к классификации стратегий и тактик воздействия, однако в нашем исследовании мы придерживаемся классификации в зависимости от объекта – стратегия воздействия на интеллект, стратегия воздействия на волю и стратегия воздействия на чувства, – которая позволяет полно и всесторонне рассмотреть основные стратегии, используемые участниками экологического дискурса для построения речей и, как следствие, для максимального достижения своих целей.

Все три стратегии аргументации – воздействие на интеллект, на волю и на чувства проанализируем на примере статьи о первоцветах и о заморах рыб. Автор публикации преследует цель призыва общества сохранить подснежники, красоту весенней естественной природы. Он констатирует факты: *В Беларуси произрастает множество первоцветов, среди которых есть виды, которые включены в Красную книгу Республики Беларусь, сбор которых запрещен. Рыбы, как и другие животные, не могут жить без кислорода.*

Более того, автор использует внушение через повторение и вместе с тем, создает угрозу: *Срывая цветы, мы не даем растению сформировать семена для новых поколений. Срывая первоцветы, мы губим их, а покупая – поощряем браконьеров. Если количество кислорода в воде резко уменьшается, рыба проявляет беспокойство и зачастую погибает. В зимний период из-за низкого содержания растворенного в воде кислорода происходит замор рыбы.*

В другом примере – в статье о новом виде птицы в Беларуси – мы можем наблюдать такой вид аргументации, как воздействие на интеллект. В статье констатируется факт появления нового для Беларуси вида птицы, дается описание привычных мест ее обитания и делаются предположения, как она могла попасть на нашу территорию: *Она гнездится в Канаде и Гренландии. По всей видимости, на территории белорусской столицы она оказалась из-за сильного западного ветра, который дул накануне. Свою роль наверняка сыграл и тот факт, что в Минске во время зимовки и миграции концентрируются чайки, которых привлекают городские свалки.*

Автор статьи о достижениях Беларуси в сфере энергопроизводства устройствами ВИЭ использует воздействие на интеллект. Он использует статистические данные, в тексте доминирует апелляция к цифрам: *По состоянию на 1 января 2019 года доля всех объектов ВИЭ в белорусской энергосистеме по установленной мощности составила 3,9 %, по выработке электроэнергии – 2,2 % от потребления в стране.* Помимо всего прочего, Министерством энергии РБ приводится констатация факта улучшения позиции Беларуси в отношении энергопроизводства устройствами ВИЭ по сравнению с предыдущими годами: *В Беларуси в 2018 году работающие с использованием возобновляемых источников энергии (ВИЭ) установки юридических лиц и ИП произвели 435,8 млн кВт.ч электроэнергии, что на 17,5 % больше, чем в 2017 году.*

В новости о летучих мышах наблюдается воздействие на интеллект и волю читателей. Статья направлена на то, чтобы расширить знания читателя о летучих мышах, призвать читателя не быть равнодушным к ним, а также дать понять, какая помощь предоставляется этим существам. Здесь же можно отметить такую тактику, как констатация факта, которая употребляется вместе с использованием авторитета науки: *Летучие мыши – очень важная часть естественных экосистем, регулятор насекомых-вредителей сельского, садового,*



*лесного хозяйства.* Вдобавок к этому, делается акцент на угрозу вымирания вида: *Летучих мышей становится все меньше, все виды этих животных охраняются в Европе, восемь видов летучих мышей внесены в Красную книгу Беларуси.* В тексте реализуется стереотипизация: *Многие убеждены, что летучие мыши строят гнезда. Это не так.*

Тщательно изучив статью о помощи диким птицам, можно заметить использование всех трех стратегий аргументации: воздействие на интеллект, на волю и на чувства. Статья задает своей целью призвать людей помогать волонтерам сохранять жизни многим птицам, и, вместе с тем, информирует читателей о месте, куда следует обращаться, если человек находит покалеченную дикую птицу. Автор использует статистические данные: *За полтора года существования через центр прошло более 100 птиц и животных, начиная от обычных воробьев и заканчивая косулей. 60% из них удалось спасти. Более 30 были возвращены в природу: совы, пухляк, варановые, дрозды, зайцы, лисы и т.д. Около 20 нашли себе новый дом с подходящими условиями, 14 сейчас живут в зоопарке.*

В статье о грядущем сотрудничестве Швеции и Беларуси по вопросам экологии и энергетики, вице-президент Шведской королевской академии инженерных наук Магнус Брайнд констатирует факт совместной работы с Беларусью над общими проблемами и использует воздействие на интеллект: *В настоящее время очень важно иметь конкурентоспособную энергетику, которая должна быть и экологически безопасной. Я считаю, что экологически чистая и экономически эффективная энергетическая система – это та сфера, в которой мы должны объединить наши совместные усилия.* Также прослеживается использование тактики одобрения: *И я вижу возможность совместной работы в данном направлении – и в Швеции, и в Беларуси существуют экологические проблемы, которые необходимо решать.* В тексте приводится специальная терминология: *Кроме энергетики и экологии в качестве возможных областей для совместных исследований были названы машиностроение, электротехника, строительство, горное дело и материалы, лесная техника, биотехнология, информационные технологии.* Тактика создания угрозы, а точнее её констатирование, тоже ярко прослеживается в данной новости: *Сегодня планета сталкивается с природными катаклизмами.*

В новости о БелАЭС автор воздействует на интеллект читателей. Представитель Департамента противопожарной охраны и спасения Эдгарас Гяда констатирует факт наличия мест для эвакуации 6 тысяч людей в случае неблагоприятных обстоятельств, которые могут произойти по причине неисправности БелАЭС. В этом также прослеживается реализация тактики создания угрозы: *Мы запланировали эвакуацию примерно 6 тыс. жителей.* В статье присутствует скрытая тактика «свой-чужой», которая вытекает из того, что атомная электростанция строится на территории Беларуси, но любое неблагоприятное обстоятельство окажет непосредственное воздействие и на наших соседей, которые, в свою очередь, предусмотрительно выделили места для эвакуации своих граждан.

Последняя из отобранных для работы статей посвящена рейтингу Беларуси в отношении экологической эффективности на 2018 год. Просмотрев текст, мы наблюдаем такую стратегию аргументации, как воздействие на интеллект. Данная статья полностью подкреплена статистикой и цифрами: *Индекс экологической эффективности в Беларуси составляет 64,98 пункта из 100. Наша страна заняла 44-е место в мире по этому показателю.*

**Заключение.** Полученные в ходе исследования результаты свидетельствуют о том, что экологический дискурс выполняет важнейшую функцию в формировании отношения людей к природе.

Проанализировав материал, следует сказать, что чаще всего в экологических статьях наблюдается воздействие на интеллект (67 %), комбинация всех трех видов аргументации (22 %) и воздействие на волю (11 %). Отдельно применяющейся стратегии воздействия на чувства читателей в ходе анализа примеров не было выявлено. Частое использование стратегии воздействия на интеллект обусловлено образовательной функцией экологического дискурса, связанной с формированием системы экологических знаний и осознанием экологических проблем. Более того, наряду с воздействием на чувства и волю, все эти три стратегии направлены на привлечение участников дискурса к совместным действиям.

Более того, среди всех выбранных новостных статей чаще всего встречалась тактика констатирования факта (35 %) и создания угрозы (20 %), что указывает на почти равнозначную значимость апелляции к интеллекту и чувствам читателей.

Само собой разумеется, что под констатированием факта подразумевается установление несомненности чего-либо, сообщение о точно установленном, непреложном факте или явлении. Тем самым, данная тактика побуждает читателя верить приведенной информации.

Бесспорно, тактика создания угрозы занимает одно из самых первых мест по воздействию на аудиторию, особенно с эмоциональной стороны. Она сильно привлекает внимание читателей мотивирует их к совершению определенных зависящих от них действий.

Статистические и цифровые данные также занимают большое место в экологических статьях (15 %), так как они помогают убедить читателя в достоверности и авторитетности предлагаемого материала.

Помимо всего прочего, встречаются и такие тактики, как внушение через повторение (5 %), использование авторитета науки (5 %), стереотипизация (5 %), создание одобрения (5 %), использование терминологии (5 %) и тактики «свой-чужой» (5 %).

Постоянные повторы в тексте укрепляют данные в сознании читателя, то есть внушает ему некую определенную информацию.

Доказано, что одной из самых эффективных тактик влияния является обращение к авторитету науки, которое полно истинными «знаниями», что придает сообщению большую важность и авторитетность, а также вызывает у читателя уважение и доверие к приведенной информации.

Что касается тактики стереотипизации, можно предположить, что создает специфический знакомый читателю образ/ситуацию и склоняет его к действиям, обусловленным данной ситуацией. При этом читателю не нужно сильно вникать в суть вопроса.

Задействуя тактику одобрения, автор хвалит определенные совершенные ранее действия и тем самым побуждает читателей дальше совершать положительные поступки.

Терминология, так же, как и тактика авторитета науки, оказывает огромное воздействие на аудиторию, так как, во-первых, она акцентирует внимание на серьезности ситуации, и во-вторых, содержательная научная лексика формирует образ правдоподобности и истинности информации.

Что касается тактики «свой – чужой», соотнесение себя с другими позволяет идентифицировать свою группу, очертить ее границы, описать «своих», понять, как «свои» воспринимают себя. «Чужой» объект считается «врагом», если к нему, помимо смысла «не такой, как я», применим смысл соперничества или угрозы для «своих».

Представляется возможным сделать вывод, что аргументация – это такой вид речевой деятельности, который влияет на восприятие сразу на нескольких уровнях и используется с целью убедить рационального слушателя в истинности сказанного. Именно поэтому в рамках экологического дискурса адресант стремится воздействовать на массовое сознание и поведение, поэтому он должен строить свою речь так, чтобы целевая аудитория воспринимала посылаемое сообщение как истину. Рациональное убеждение, основанное на констатации факта, которое зачастую применяется, не всегда помогает в достижении этой цели. Поэтому участникам экологического дискурса приходится также прибегать к методам речевого воздействия на эмоциональную и волевою сторону психики адресата.

Таким образом, тактики воздействия на аудиторию в разных новостных жанрах зачастую выступают параллельно, целенаправленно подводя читателя к запланированному адресантом эффекту.

#### **Библиография**

Азначеева Е.Н. К проблеме когнитивного моделирования институционального дискурса // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: тез. III Междунар. науч. конф. Челябинск, 27–28 апр. 2006 г. / Под ред. Л.А. Нефедовой. – Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2006. – С. 83–84.

Василенко Е.Н. Дискурс как лингвистический феномен / Е.Н. Василенко // Веснік Магілёўскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя А.А. Кулятова. Серыя А, Гуманітарныя навукі (гісторыя, філасофія, філалогія), 2012. – №2 (40). – С. 81–86.

Фаян Н.Ю. Аргументация как лингвопрагматическая структура: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Н.Ю. Фаян. – Краснодар: КГУ, 2000. – 354 с.

**Цель и форма диалога в условиях кризисного взаимодействия языковых и проприальных культур многоязычной общности**

Мозговой Владимир Иванович

Донецкий национальный университет  
83001, г. Донецк, проспект Гурова, 14  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: mowi48@mail.ru

**Аннотация.** Освещаются проблемы конструктивного диалога в многонациональных языковых сообществах. Подвергается сомнению понятие родного языка в условиях разрушения его внутреннего содержания и общей проприальной культуры. Описываются противоречия, связанные с акцентированным взглядом на язык общения, и подчеркивается важность методики возрождения культурно-языковой общности, которая формируется на основе осознанного принятия культурного потенциала всех языков, функционирующих в государстве, независимо от национальной принадлежности его граждан.

**Ключевые слова:** диалог и антилог, родной как неродной язык, национальный язык, реальные и ложные номинации.

УДК 81'27 + 81'373.2

**Purpose and form of the dialogue in the context of the crisis interaction of linguistic and proprial cultures of the multilingual community**

Vladimir I. Mozgovoï

Donetsk State University  
83001 Donetsk, Gurov Ave., 14  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: mowi48@mail.ru

**Abstract.** The paper highlights the problems of constructive dialogue in multinational language communities, questions the concept of the native language in the context of the destruction of its internal content and the general propriatic culture as well as reveals contradictions associated with the accented view of the language of communication. Besides the article emphasizes the importance of the method of reviving the cultural and linguistic community formed on the basis of conscious acceptance of the cultural potential of all languages, functioning in the state regardless of the nationality of its citizens.

**Keywords:** dialogue and antilogue, native language as non-native, national language, real and false nominations.

UDC 81'27 + 81'373.2

**Введение.** Кризис общения в современном обществе все сильнее ощущается как на уровне отдельной языковой личности, так и на уровне всей человеческой цивилизации, усиливая тревогу по поводу гуманитарного будущего народов, поддерживающих политических лидеров в их якобы приверженности идеалам европейской или мировой демократии, но стремящихся при этом к национальной исключительности и обособленности. Истоки этого парадокса кроются, как считает традиционное большинство, в возросших экономических противоречиях между государствами и недостатке опыта у «обновленного» политического руководства. Не отрицая важности и значимости этих составляющих, заметим, однако, что они являются следствием, а не причиной паралича сегодняшней языковой модели управления [Мозговой 2018]. Причина кроется в другом: за время строительства независимых государств на территории постсоветского пространства мы потеряли главное – способность к продуктивному общению на основе диалога. Его трансформация в антилог представляется сегодня актуальной социальной проблемой, которая и является предметом нашего исследования.

**Материалы и методы.** Материалом для статьи послужили определения диалога, сформулированные разными учеными, исходя из представлений о нем разных наук. Поскольку большинство из них описывали форму презентации лишь устного общения и не затрагивали диалогическую природу языка как такового, для анализа была предложена методика функциональной результативности любого диалога, опирающаяся на диалектику формирования языковых общностей с обязательным включением процесса общения в конкретный культурный контекст.

**Обсуждение.** Диалог при всей кажущейся простоте его функционирования в обыденной ситуации человеческого общения и длительной истории своего изучения относится к наиболее противоречивым понятиям языка и практики речевого общения. Первые сведения о диалоге (от греч. *dialogos* «беседа, разговор двоих») мы находим в античной философии, которая связывала его с риторикой – наукой об искусстве красноречия. Диалог относили к литературной форме, употребляющейся для изложения проблем с помощью диалектики. Такое представление ведет начало от софистов: прежде всего от Сократа и Платона [Колесникова 2018: 103].

В психологии под диалогом понимают «попеременный обмен репликами (в широком смысле репликой считается и ответ в виде действия, жеста, молчания) двух и более людей» [Альмуханова 2007]. В практической психологии диалог описывается как единица анализа текста: она оперирует понятием высказывания как смы-

слового целого и существует, диалогически соотносясь с контекстом. Как предмет изучения текст бывает с вопрошающим, реагирующим, обдумывающим и оценивающим контекстом мысли [Флоренская 1993].

Диалог как лингвистическое понятие – «это форма (тип) речи, состоящая из обмена высказываниями-репликами, на языковой состав которых влияет непосредственное восприятие, активизирующее роль адресата в речевой деятельности адресанта» [Винокур 1990: 135]. В литературоведении и культурологии в диалоге подчеркивается его социальная природа, предполагающая обязательную ответственность и оценку. Для М.М. Бахтина, например, любое человеческое проявление (даже молчание, бездействие, игнорирование общения и т. п.) диалогично по своей сути, а монолога не существует в принципе. Более того, постоянное стремление говорящих к оценке своих высказываний домисливает в качестве участника диалога «наадресат» – третьего собеседника, «абсолютно справедливое ответное понимание которого предполагается либо в метафорической дали, либо в далеком историческом времени» [Бахтин 1963: 338]. Добавим к этому, что диалогична не только устная речь, но и письменная, несмотря на устойчивое представление о ее монологичном характере.

Во-первых, возникновение письменной речи изначально связано с мысленной установкой автора на диалог с идеальным представленным им собеседником – иначе она никогда не будет востребованной. Во-вторых, написанный текст монологичен только до того момента, пока не стал предметом чтения или изучения. При внешнем восприятии он «присваивается» вступившим в диалог читателем, который может преобразовать его в собственный авторский текст, а он, в свою очередь, станет основой для следующего витка диалога с новым читателем и т. д., и т. п. Диалог, таким образом, никогда не прекращается не только в речевой деятельности, но и в языковой действительности, поэтому попытка его игнорировать равнозначна разрушению социальной природы языка, которое грозит уничтожением человеческой цивилизации.

Во всех интерпретациях диалога, несмотря на разноплановость и историческую специфику представлений ученых о его формах, общим является обусловленная социальным контекстом суть: контактный обмен мнениями на основе упреждающего понимания между двумя и более людьми, целью которого является достижение компромисса. Этим неоспоримым фактом пренебрегают в новейшей истории, в которой во главу угла ставится принцип изначального нежелания воспринимать другую точку зрения, что искажает сформированную веками аксиому об осознанной необходимости понимать своих граждан, коллег, оппонентов и самих себя во имя собственного благополучия и общественного прогресса. Эта, по меньшей мере, странность заключается в игнорировании политиками реальности, если она не влечет за собой достижение заранее сформулированного ими результата, которого, кстати, достичь «в одиночку» просто невозможно. Когда иллюзии рассеиваются, они приводят в лучшем случае к разрушению контакта с недавним собеседником, а в худшем – к полувойсному противостоянию с бывшим оппонентом, который превращается во врага.

Коллизии любых межнациональных отношений как нельзя лучше подтверждают этот факт, без учета которого устранить конфликтность между регионами бывшего СССР и в мире не только проблематично, но и невозможно: пренебрежение пониманием приводит к эскалации противостояния, вплоть до военного. Сначала мирное общение преобразуется в разборки между политиками или властными структурами, затем стиль активного неприятия перекочевывает в публицистику и журналистику и, наконец, овладевает умами целого поколения, «новые» нормы взаимоотношений которого изменяют саму сущность диалога. Под ним начинает скрываться предваряющая диалог установка на атакующий монолог, который не предполагает понимание, а зиждется на превосходстве своей точки зрения с унижением оппонента и стремлением к победе над ним любой ценой (хотя в таком случае победа будет «пирровой»: она разрушит возможность дальнейшего диалога и станет почвой для эскалации конфликта).

Тем не менее в современной политике (а затем и практике обыденного общения) умение слышать и слушать все чаще игнорируется и постепенно трансформируется в антилог – навязывание своего мнения, сопряженное с перебивающими репликами, разрушением высказывания и текста, авантюриными ультиматумами, «искусством» обмана, замены и подтасовки фактов.

Иллюзативное языковое пространство большинством начинает восприниматься как норма и мыслится уже как несколько искаженная, но объективная реальность, с которой приходится считаться [Мозговой 2013]. Понятие родного языка становится настолько зыбким, что на него уже никто не ссылается и не считает серьезной основой для выстраивания деловых отношений.

Трансформированное языковое сознание активируется в статусе действующего, несмотря на то что в языкознании под родным языком понимается нечто иное. По крайней мере, в социолингвистике он считается «первым языком», который человек усваивает с раннего детства, находясь в соответствующей языковой среде, без специального обучения. Во взрослом состоянии навыки его использования сохраняются, но могут при определенных условиях дополняться вторым, третьим и т. д. родным языком [Беликов 2001]. Это идеальная матрица, предполагающая, что родной язык существует только в единой психолого-смысловой общности. Но может ли считаться язык родным в «иллюзативной реальности», в которой он используется для общения, но олицетворяет язык врага, никак не способствуя диалогу? Наверное, нет, поскольку средства массовой пропаганды, стремясь поколебать устой языковой общности, навязывают совершенно другой подтекст родного языка, который на самом деле якобы является неродным.

Сегодня проблематично, например, считать онимно-языковое пространство, которое построено в Украине на противопоставлении языков и проприальных культур, родным. Апологеты «титальной нации» превратили акт номинации в опасную технологию, которую можно квалифицировать как закон обратной пропорциональной зависимости между якобы высоким уровнем демократии и абсолютно неприемлемой степенью социально-правовой защиты граждан. Его действие сопряжено прежде всего с актами «эквивалентного» перевода и тотального переименования:

а) Пономарев ≠ Пономарів, Антонов ≠ Винтонів, г. Николаев ≠ Миколаїв, пос. Острое ≠ Гостре, Еремей ≠ Ярема, Екатерина ≠ Катерина, Михаил ≠ Михайло;

б) ул. Николая Островского ≠ вул. Івана Мазени (г. Святогорск), пос. Красный Партизан ≠ Бетманово, г. Кировоград ≠ Кропивницький, г. Красноармейск (в честь Красной Армии) ≠ Покровськ (в честь рождения УПА на Покрова), ул. Михаила Лермонтова ≠ вул. Генерала Дудаєва (г. Львов) и т. п.

Закон социального противодействия не обошел стороной и постсоветское пространство, где властные структуры вычеркнули реального собственника из системы именования, разрушив возможность дальнейшего диалога с ним:

а) Россия, г. Тверь: *лицей Тверского государственного университета* (один юридический собственник) ≠ *Негосударственное образовательное учреждение общеобразовательный лицей «Довузовский комплекс Тверского государственного университета»* (три юридических собственника);

б) ДНР, г. Донецк: *ясли-сад «Ягодка»* (один юридический собственник) ≠ *Муниципальное дошкольное образовательное учреждение «Ясли-сад компенсирующего типа для детей с нарушением опорно-двигательного аппарата № 167 города Донецка»* (два собственника, но один из них – нереальный из-за закавычивания);

в) Россия, г. Ростов-на-Дону: *кафедра теории русского языка* ≠ *кафедра «Теория языка и русский язык» Южного федерального университета* (прописная буква, кавычки и несклоняемость подчеркивают ложность собственного имени);

г) Беларусь, г. Минск: *кафедра интенсивного обучения иностранным языкам* ≠ *кафедра «Интенсивного обучения иностранным языкам №2 Минского государственного лингвистического университета»* (выделена ложная номинация);

д) ДНР: *министр образования и науки* ≠ *Министр образования и науки; глава городской администрации* ≠ *Глава городской администрации* (к именам собственным относят названия «неединичных» должностей, которые не имеют адресной функции) и т. п.

Таким образом, обязательное выделение любого реального объекта номинации кавычками, прописной, а тем более прописными буквами и несклоняемой конструкцией (*Общеобразовательное учреждение «ЛИЦЕЙ «КОЛЛЕЖ» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики*) не соответствует ее статусу в социуме и устраняет возможность осмысленного проприального диалога собственника с чиновниками (никто из обычных граждан, как правило, не может вспомнить полную «правовую формулу псевдоименования, поскольку она противоречит всем юридическим и языковым стандартам).

**Заключение.** Устранение диалога из системы социальной коммуникации связано с внешне инициируемым разрушением исторически сложившейся языковой общности, аккумулированной в именах собственных. Ему необходимо противопоставить осознанное и восстановленное в правах понятие национального языка как средства общности нации, в котором отражается мировоззрение определенного народа, выраженное в разных формах и языковых системах.

Родной язык в многонациональном языковом сообществе становится не просто средством общения. Для продуцирования полноценного диалога он должен входить в однозначно трактуемую всеми национальную общность. В противном случае родной язык станет «неродным», даже если его формальная презентация будет абсолютно одинаковой. И, наоборот, системно неродственные языки могут обеспечивать полноценный диалог и стать «родными», если отражают общую психологию, философию и идеологию его участников. Будущее человечества поэтому обеспечивается сегодня не национальным обособлением, а диалогом народов, переходящим в союзы социальных систем, способных эффективно противостоять природным катаклизмам и политическим вызовам глобализации, с которыми не может справиться ни одно отдельно взятое «независимое» государство. В борьбе за сохранение диалогической природы языка, культуры и права решающую роль должна сыграть филология. В этом состоит сегодня ее необычайно сложная, но благородная миссия [Мозговой 2019].

#### Библиография

Альмуханова А.Б. и др. Большая психологическая энциклопедия: самое полное современное издание. Более 5000 психологических терминов и понятий. – М.: Эксмо, 2007. – 542 с.

Винокур Т.Г. Диалогическая речь // Энциклопедический лингвистический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 135.

Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. – М.: Советский писатель, 1963. – 363 с.

Беликов В.И., Крысин Л. П. Социоллингвистика. – М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2001. – 426 с.

Колесникова Г. Психологическое консультирование. Стандарт третьего поколения. Учебное пособие для вузов. – СПб: Питер, 2018. – 240 с.

Мозговой В.И. Кризис языка и иллюзорные трансформации современной действительности // Язык и личность в поликультурном пространстве: сборник статей [Текст]; под ред. О. С. Фисенко, Л. В. Адониной. (Серия «Молодой филолог». Вып. 3). – Москва: Рибэст, 2013. – С. 18–24.

Мозговой В.И. Функции языка и языковая модель управления // Актуальные проблемы и перспективы развития менеджмента и маркетинга производственных и социальных систем: материалы II международной науч.-практ. конф., 15 ноября 2018, г. Донецк / ГОУВПО «ДонАУиГС», 2018. – С. 359–363.

Мозговой В.И. Национальный язык и государственность в контексте Донбасса. // Новые горизонты русистики. Научный журнал. Выпуск 7. – Донецк: ДонНУ, 2019. – С. 137–145.

Флоренская Т.А. Диалог в практической психологии. – М.: Институт психологии СССР, 1991. – 244 с.

**Деловые игры на примере обучения государственных и муниципальных служащих  
в Западном филиале Российской академии народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте Российской Федерации**

Ульяновская Елена Витальевна

Западный филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте Российской Федерации, Россия  
236016, г. Калининград, ул. Артиллерийская, 62  
кандидат исторических наук, доцент  
E-mail: AlbaBaffo@yandex.ru

**Аннотация.** Деловые игры используются в обучении достаточно давно. Со временем деловые игры охватывают новые сферы деятельности человека. Сегодня трудно представить государственное и муниципальное управление без деловых игр. Они используются как муниципальными служащими, так и образовательными учреждениями при подготовке управленческих кадров. РАНХиГС имеет достаточный опыт в применении деловых игр, организуя их на протяжении последних 5 лет.

**Ключевые слова:** деловая игра, Международная ассоциация по имитационному моделированию и играм (ISAGA), Западный филиал РАНХиГС, государственные и муниципальные органы, классификации игровых технологий, связи с общественностью.

УДК 378

**Business games: A case of training state and municipal employees in the Western Branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation**

Elena V. Ulyanovskaya

Western Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Russia  
236016 Kaliningrad, Artilleryskaya Str., 62  
Candidate of Sciences (History), Associate Professor  
E-mail: AlbaBaffo@yandex.ru

**Abstract.** Business games have been used in training for a long time. Over time, business games penetrate into new areas of human activity. Today, it is difficult to imagine state and municipal management without business games. They are used by both educational institutions and municipal employees for training the management personnel. The Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation (RANEPА) has a sufficient experience in the application of business games, organizing them over the past five years.

**Keywords:** business game, International Association for Simulation and Games (ISAGA), Western Branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, state and municipal authorities, classification of game technologies, public relations.

UDC 378

**Введение.** Деловая игра как метод обучения известна достаточно давно. Предполагается, что этот метод начал применяться в военном деле, когда в 17 веке появились «военные шахматы». В этой сфере деловая игра достигла наивысшего развития. Ни одна война, начиная с XIX века, не начиналась без предварительной игровой подготовки. В XX веке «маневры на карте» становятся неотъемлемой частью работы любого Генерального штаба. В частности, военно-штабная игра, которую проводил наш Генеральный штаб накануне Великой Отечественной войны, показала уязвимость позиции советских войск перед гитлеровской армией в 1941 году. Как показали военные действия июня – июля 1941 года, игра точно смоделировала все действия противостоящих сил в первые месяцы войны.

Из военной сферы деловые игры перешли в гражданскую сферу. В СССР первая деловая игра была разработана и проведена в 1932 году, когда на предприятиях Ленинграда отрабатывался переход от производства гражданской продукции на военную. Но с 1932 по 1950 годы игры не проводились. Как утверждает В.Ф. Комаров, на это решение повлияло отсутствие ресурсов в военное время [Комаров 1989]. Однако идея возродилась в виде организационно-деятельностных игр, предназначенных для решения особо сложных задач, требующих участия специалистов разных профессий [Ежова 2005].

**Материалы и методы.** Материалом исследования стал опыт применения игровых технологий в процессе подготовки государственных и муниципальных служащих. Методами – аналитический обзор теоретических и методологических источников по педагогике и психологии; эмпирические методы: наблюдение за игровой деятельностью, изучение продуктов игровой деятельности слушателей и студентов, наблюдение за коммуникациями между всеми участниками игр.

**Обсуждение.** Сегодня практика проведения деловых игр настолько популярна, что даже появилась Международная ассоциация по имитационному моделированию и играм (ISAGA), предназначенная для обсуждения теоретических и практических проблем имитационных игр. Существует обширная библиография по данной тематике, однако, в силу формата данной статьи, ее привести невозможно.

Деловая игра является одной из активных форм подготовки управленческих кадров. В Западном филиале РАНХиГС, где обучаются как действующие управленцы, так и студенты – очники, деловые игры включены в рабочие программы всех профильных предметов.

Все предлагаемые деловые игры основываются на следующих принципах.

1. Обучающиеся погружаются в реальные условия. Часто берется за основу жизненная ситуация конкретного жителя Калининградской области, который, например, написал жалобу или просто письмо в муниципальный или государственный орган.; 2. Решение задач всегда предлагается группе слушателей, которые должны самостоятельно распределить свои роли и совместно решить проблему; 3. Задача не может решаться в одно действие. Она обязательно должна включать в себя элементы неопределенности и риска. Не исключено создание группы «критиков», играющих роль оппозиции; 4. Найденный алгоритм решения должен представляться наглядно в виде презентации, стендового доклада, логической схемы и т.п.; 5. Наличие конкуренции между группами стимулирует участников. Группы могут решать разные задачи, но их сложность должна быть приблизительно равной. В игре должен быть победитель. Чтобы его выявить необходим 6 принцип: наличие четких правил, наград и штрафов, наглядно представленных на итоговом табло.

Проведение деловой игры требует особой подготовки как преподавателя, так и обучающихся. Преподаватель тщательно разрабатывает сценарий игры. Учитывается возраст, наличие опыта участников игры, прорабатывается регламент. В филиале академии при организации деловых игр среди слушателей – муниципальных служащих применяется метод обмена, когда участники пытаются решать задачи соседнего муниципалитета, проверяя на практике поговорку «со стороны виднее».

Особая подготовка требуется для студентов, которые не имеют опыта работы в государственных и муниципальных органах и учреждениях. У них не всегда складывается адекватная оценка их будущей деятельности. Опросы студентов показывают, что в будущей профессии многих привлекают только внешние атрибуты. Они не представляют всю меру сложности и ответственности этой работы. Практика показывает, что, зачастую, выбирая государственное и муниципальное управление в качестве своего профессионального будущего, молодой человек не учитывает свои психологические особенности. Деловые игры помогают избавиться от «розовых очков», иногда дело доходит до пересмотра своих профессиональных предпочтений. Причем, чем раньше это происходит, тем легче это пережить как самому студенту, так и его семье.

В филиале используются следующие технологии (здесь и далее применяется классификация игровых технологий А.П. Панфиловой [Панфилова 2008]):

1) по моделируемому объекту (общие управленческие и функциональные – имитация управленческой деятельности); 2) по наличию взаимодействия (интерактивные и не интерактивные); 3) по конструктивным особенностям (простые и сложные имитации); 4) по однозначности выигрыша (жесткие и нежесткие); 5) по наличию случайных событий (детерминированные и стохастичные).

По целевой направленности все деловые игры, применяемые в филиале можно квалифицировать на следующие виды: а) учебные – развивают репродуктивное и творческое мышление, адаптационные свойства и способности, профессиональные и коммуникативные знания, умения и навыки; б) управленческие – ставят целью принятие решений по проблемам управления, разработку стратегий в различных условиях; в) исследовательские – связаны с разработкой новых концепций, испытанием проблем и решений гипотетического характера, прогнозированием последствий и потенциальных проблем при внедрении нововведений; г) квалификационные или аттестационные – проводятся для выявления уровня компетентности, квалификации специалистов, принятия решений по вопросам подбора или увольнения кадров.

Рассмотрим проведенную в Западном филиале деловую игру «Перспективное развитие муниципальных образований Калининградской области», в которой принимали участие главы всех муниципальных образований области.

Положение о деловой игре «Перспективное развитие муниципальных образований Калининградской области» (в сокращенном виде).

#### 1. Общие положения

1.1. Деловая игра проводится с главами муниципальных образований Калининградской области (далее – КО); 1.2. Основной целью деловой игры является поиск предложений и вариантов по эффективному управлению муниципальными образованиями (далее – МО); 1.3. Финансовое обеспечение осуществляется Правительством КО; 1.4. Организует и проводит деловую игру РАНХиГС.

#### 2. Условия проведения игры

2.1 В деловой игре принимают участие команды муниципальных образований, состоящие из 8-10 человек; 2.2 Выполнение командами конкурсных заданий оценивает жюри деловой игры, состоящее из представителей Правительства КО, Калининградской областной думы, профессорско-преподавательского состава РАНХиГС; 2.3 Задания деловой игры составлены в соответствии с действующим законодательством.

#### 3. Правила и ход деловой игры.

3.1 Участвуют команды муниципалитетов КО; 3.2 Каждая группа по жребию выбирает МО, с условием, что МО не будет своим; 3.3 На основании представленных Росстатом данных, а также всей доступной информации группы должны дать развернутую характеристику МО, выявить сильные и слабые стороны; 3.4 На основании представленной характеристики МО группы выделяют главные задачи управления МО и предлагают варианты их решения. Варианты должны быть максимально конкретизированы; 3.5 Слушатель, исполняющий роль главы, МО представляет стендовый доклад о вариантах развития, рассматриваемого МО. В то же время, реальный глава МО выступает оппонентом, оценивая поступившие предложения; 3.6 Жюри оценивает выступления и на табло выставляет баллы. При этом учитываются такие факторы, как отдаленность МО от област-

ного центра, сложность проблем, стоящих перед МО, оригинальность решения и др. Одновременно выставляются баллы в графе нерешенных проблем. Баллы начисляются также оппонентам.

#### 4. Подведение итогов деловой игры и награждение победителей

4.1 Жюри подсчитывает количество решенных и нерешенных проблем, учитывает качество оппонирования, распределяет места команд; 4.2 Команды-победители деловой игры награждаются ценными призами. Команды-участники награждаются поощрительными призами.

Как видим, подобная игра демонстрирует умение государственных и муниципальных служащих творчески мыслить и анализировать, показывает уровень профессиональных и коммуникативных знаний, умений и навыков. Игра высвечивает управленческие способности, прежде всего, в сфере разработки стратегий в различных условиях, а также прогнозирования последствий и потенциальных проблем при внедрении нововведений. Игра позволяет выявить уровень компетентности специалистов.

У студентов – очников деловые игры проводятся на практических занятиях и по времени занимают не более 1,5 академического часа. Это может быть викторина, эстафета, олимпиада и прочее. Предлагаемая ниже деловая игра, проведенная на практическом занятии по дисциплине «Связи с общественностью» у студентов 3 курса, нашла свое продолжение в праздновании 5-летия Западного филиала РАНХиГС.

Студенты разделились на две группы. Им было предложено разработать план мероприятия, куда бы входили следующие пункты: – Украшение здания филиала; – Список гостей и разработка макета приглашения; – План работы со СМИ, а также с сайтом филиала академии; – Разработка плана корпоративных конкурсов и соревнований; – Эскизы сувенирной продукции; – Разработка макета буклета о Западном филиале; – План культурной программы.

Для успешного выполнения задания капитан каждой команды разделил свою группу на подгруппы, ответственные за отдельные направления работы. Эскизы и макеты выполнялись сразу в компьютерном варианте. Конечно, сказывалась ограниченность во времени, но этот фактор способствовал тому, что вся группа работала напряженно.

Результатом игры стали две концепции проведения юбилея, которыми воспользовались воспитательный и хозяйственный отделы филиала, а также отдел по связям с общественностью.

**Заключение.** Таким образом, деловые игры формируют необходимую для государственных и муниципальных служащих компетенцию (ПК-1) – умение определять приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать и эффективно исполнять управленческие решения, в том числе в условиях неопределенности и рисков, применять адекватные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения.

#### Библиография

Богомолова Н.Н. Ситуационно-ролевая игра как активный метод социально-психологической подготовки // Теоретические и методологические проблемы социальной психологии. – М.: Изд-во МГУ, 1977. – 185 с.

Ванюшин В.Н., Гвоздиков С.В., Лаврентьев А.Р., Орлова Л.А. Деловая игра в обучении: научно-практическое пособие. – Дзержинск: изд-во «Конкорд», 2015. – 131 с.

Ежова Л.В. Постановка и решение управленческих задач на промышленных предприятиях методом деловых игр. – СПб.: Нева, 2005. – 98 с.

Кавтарадзе Д.Н. Обучение и игра: введение в интерактивные методы обучения. – 2-е изд. – М.: Просвещение, 2009. – 173 с.

Комаров В.Ф. Управленческие имитационные игры. – Новосибирск: Наука. Сибирское отделение, 1989. – 268 с.

Орлова Л.А. Право и правила игры: монография / под ред. д. ю. н., проф. В.М. Баранова. – М.: Издательство «Юрлитинформ», 2015. – 243 с.

Панфилова А.П. Игровое моделирование в деятельности педагога / под общ. ред. В.А. Сластенина, И.А. Колесниковой. – 3-е изд., испр. – М.: Академия, 2008. – 362 с.

Христенко В.Б. Деловые игры в учебном процессе: учебное пособие. – Челябинск: ЧПИ, 1983. – 143 с.

Чуракова Р.Г. Моделирование педагогических ситуаций в ролевых играх: сборник ролевых игр. – М., 1991. – 101 с.

Шаронова С.А. Деловая игра. Практикум. – М.: Издательство Российского Университета дружбы народов, 2005. – 90 с.

Шаронова С.А. Деловые игры: учебное пособие. – М.: Издательство Российского Университета дружбы народов, 2004. – 166 с.



**Некоторые аспекты формирования компетенций устного переводчика как посредника в процессе межкультурной коммуникации (англо-русская переводческая комбинация)**

Шамлиди Евгений Юрьевич

Пятигорский государственный университет, Россия  
357532, г. Пятигорск, просп. Калинина, 9  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: evgeny.yu@yandex.ru

**Аннотация.** В статье анализируются преимущественно лингвистические, а также некоторые экстралингвистические компетенции, которые лежат в основе формирования профессионального устного переводчика как мультикультурной личности, выполняющей посредническую роль между представителями разных языковых, культурных, религиозных и этнических сообществ. В рамках лингвистической компетенции анализу подвергаются ее языковые и речевые аспекты. Внелингвистическая компетенция базируется на общих фоновых знаниях переводчика, также включая поведенческую составляющую, манеру общения и говорения, невербальные средства коммуникации. Лингвистические и внелингвистические компетенции, равно как вербальные и невербальные средства коммуникации, выступают в единстве и формируют основу профессиональной деятельности переводчика.

**Ключевые слова:** компетентность, компетенция, перевод, устный переводчик, межъязыковая коммуникация, межкультурная коммуникация, лингвистические и внелингвистические факторы, грамматика, лексика, фонетика, восприятие на слух, последовательный перевод, синхронный перевод.

УДК 81'25

**Aspects of developing competences of an interpreter as a mediator in cross-cultural communication (English- Russian translation issue)**

Evgeny Y. Shamlidi

Pyatigorsk State University, Russia  
357532 Pyatigorsk, Kalinin Prospekt, 9  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: evgeny.yu@yandex.ru

**Abstract.** The article analyzes mainly linguistic, as well as some extralinguistic competences, which underlie the formation of a professional interpreter as a multicultural personality who performs an intermediary role between representatives of different linguistic, cultural, religious and ethnic communities. Within the framework of linguistic competence the analysis focuses on its linguistic and speech aspects. Extra-linguistic competence is based on the general background knowledge of the translator, also including the behavioral component, the manner of communication and speaking, non-verbal means of communication. Linguistic and non-linguistic competences, as well as verbal and non-verbal means of communication, act in unity and form the basis of the translator's professional activity.

**Keywords:** expertise, competence, translation, interpreter, interlingual communication, cross-cultural communication, linguistic and extralinguistic factors, grammar, lexicon, phonetics, listening comprehension, consecutive interpretation, simultaneous interpretation.

UDC 81'25

**Введение.** Тема данной работы носит теоретико-методологический характер. Цель работы – с позиций достижений отечественной лингвистики в области теории и практики перевода рассмотреть ключевые моменты, формирующие компетентность переводчика как языковой личности, который выполняет посредническую роль между представителями разных языковых и культурных сообществ.

Перевод как тип посреднической деятельности в процессе межъязыковой и межкультурной коммуникации заключается в вариативном перекодировании текста исходного языка (ИЯ) в текст языка перевода (ПЯ) и понимается как процесс перевода этого исходного текста, и как результат этого процесса в виде нового созданного текста на языке перевода [Алексеева 2001: 7]. Выдающийся исследователь в области теории перевода В.А. Федоров считал, что полноценный перевод представляет собой верную и полную передачу средствами одного языка того, что выражено ранее средствами другого языка» [Федоров 2002: 7]. Что же касается художественного перевода, В.С. Виноградов считал его не только деятельностью, но и особым видом словесного искусства перевыражения оригинала в материале другого языка [Виноградов 1978: 8].

Устный перевод, о котором в данной статье пойдет речь, представляет собой особый вид деятельности, отличный от художественного перевода, но многие черты последнего можно отнести не только к письменному, но и к устному переводу. Некоторые ученые определяют любой вид перевода как процесс межъязыковой трансформации [Бархударов 1975: 6]. Однако такое понимание перевода не позволяет рассматривать его за рамками лингвистики [Миньяр-Белоручев 1996: 5]. Помимо лингвистических канонов перевод в современном мире репрезентирует особый вид межкультурной коммуникации, в которой отражаются и, подчас, сталкиваются такие национальные и этнические ценности как различный менталитет, традиции, обычаи, политические

установки, идиосинкразические культурные воззрения и проч. Только при учете всех этих факторов, лингвистических и внелингвистических, текст перевода воспринимается как адекватная замена оригинала в функциональном, структурном и содержательном плане. Важность теоретического осознания этих факторов не подлежит сомнению, однако насколько это осознание помогает создавать полноценные переводческие текстовые эквиваленты зависит от квалификации переводчика и постоянного стремления к повышению собственных языковых и внеязыковых компетенции, имеющих прямое отношение к переводческой деятельности.

**Материалы и методы.** Материалом послужили научные и теоретические работы отечественной лингвистической школы в области теории и практики перевода, исследования компетентностного подхода к формированию переводчика, как мультикультурной личности, а также наблюдения за собственной работой в качестве устного (последовательного и синхронного) переводчика, за работой своих коллег-переводчиков. Методы исследования – системный анализ компетенций, необходимых для формирования когнитивной и деятельностной базы переводчиков, их систематизация и категоризация. Исследовательский инструментарий включает *принципы, методы и методики*, которые системно апробированы на двухгодичных курсах по подготовке переводчиков-синхронистов при ПЛГУ (сейчас – ПГУ), которые автор этой статьи вел с 1986 по 2014 гг. и на проводимых им курсах повышения квалификации переводчиков нефтяных компаний с 2002 по 2018 гг.

**Обсуждение.** Формирование личности профессионального переводчика происходит постепенным наращиванием как собственно *лингвистических компетенций*, так и фоновых знаний о культуре народа или общностей, говорящих на языке, который для переводчика является иностранным.

*Лингвистическая компетентность* включает в себя множество компонентов, но основными для переводчика являются *языковая и речевая компетенции*. *Языковая компетенция* предполагает владение орфоэпическими, грамматическими, лексическими и стилистическими нормами языка, умениями оформления высказываний в соответствии с литературными нормами. *Речевая компетенция* – это умение применять накопленный языковой багаж в процессе коммуникации в таких видах деятельности, как говорение, аудирование, чтение, письмо, а в условиях иноязычного общения – прогнозировать выбор адекватных языковых средств, варьировать речевое поведение в зависимости от прагматической ситуации, меняющейся обстановки общения и, при определенных обстоятельствах, корректировать неадекватное речевое поведение. Помимо этого речевая компетентность переводчика включает такие компоненты, как хорошее произношение, дикцию, поставленный голос (тембр, дикцию, тон), адекватное слуховое восприятие, прежде всего иноязычной речи, речевую реактивность, гибкую оперативную переводческую память, быструю переключаемость с одного языка на другой при переводе переговоров, семинаров и диспутов, владение УПС (упрощенной переводческой скорописью) и ряд других факторов. Немаловажную роль играет социокультурная коммуникация как процесс взаимодействия между субъектами социокультурной деятельности с целью передачи или обмена информацией [Мирошников 1998; Ворожбитова 2015: 12]. Этот вид коммуникации проявляется в умении устного переводчика вычленивать и адекватно доносить до аудитории ключевую информацию, при этом сокращая, а, иногда, опуская несущественную, избыточную и тавтологическую информацию, т.е. осуществлять компрессию, что особенно важно при синхронном переводе [Шамлиди 2016; Шамлиди 2018а: 48–68].

Само собой разумеется, что без лингвистической базы, создаваемой языковой компетенцией, полноценной коммуникации быть не может. В рамках этой компетенции помимо владения грамматикой и лексикой языков перевода переводчик обязан уметь переводить тексты сообразно их предметной соотнесенности (специальные тексты) и стилистическим регистрам (большая часть – художественная проза и поэзия), а при различии синтаксического строя языков, как, например, английского, в котором преобладают аналитические формы, и русского – языка синтетического типа, применять переводческие трансформации при учете различий в рематематической структуре предложений.

Какими же компетентностными умениями должен владеть устный переводчик помимо тех, которые присущи письменным переводчикам?

Лингвистические компетенции зиждутся на прочной языковой базе, которая включает хорошие произносительные навыки, совершенное знание нормативной грамматики рабочего иностранного и родного языков, достаточный для переводческой работы активный лексический запас. Без этих компонентов языковой компетенции полноценный профессиональный перевод вряд ли возможен.

*Фонетическая компетенция переводчиков.* Фонетические требования к переводчикам заключаются в постоянной работе над улучшением произношения, дикцией, тональными характеристиками и риторическими навыками как на иностранном, так и родном языках.

На начальном этапе будущим переводчикам нужно: соблюдать различия между краткими и долгими гласными, поскольку в английском языке эти различия имеют смысловозначительное значение, e.g. *ship vs. sheep*; соблюдать различие между дифтонгами и трифтонгами, e.g. *island* [ˈaɪlənd] и *Ireland*; учитывать, что в суффиксальных производных глаголах ударение падает на основу слова, а не на суффикс: 'recognize, 'separate; помнить, что в английском языке, за редким исключением, все согласные – твердые, не допускать смягчения согласных перед узкими гласными переднего ряда в словах типа *meet, read, bed, any, many, condition* и проч.; не заменять назальный звук [ŋ] альвеолярным [n], что приводит к смешению таких слов, как *sing* и *sin, singer* и *sinner, ton* и *tongue*; при произнесении английского щелевого [h] не допускать сильного фрикативного шума, как в русском [x], поскольку звук [h] в английском языке представляет из себя обычный энергичный выдох с более открытой гортанью, вследствие чего сильный фрикативный шум исчезает; правильно произносить звуки, отсутствующие в фонетической системе русского языка в таких словах, как, например, *theatre, weather, bring*. Здесь даны советы по устранению самых грубых фонетических ошибок, поскольку объем статьи не позволяет остановиться на прочих фонетических и аллофонических характеристиках, практическое применение которых может

помочь переводчикам неукоснительно соблюдать произносительные нормы английского языка [Подробнее см. Шамлиди, Геворгян 2016; Шамлиди 2018б: 129-142; Шамлиди 2019: 86–97].

Нельзя недооценивать формирование правильных интонационных навыков. Для этого нужно практиковать декларирование текстов, стихотворений, скороговорок, записывать собственный голос и сравнивать начитанный текст с тем же текстом, начитанным носителями языка, дикторами, актерами, выявляя таким образом ошибки и неточности с их последующим исправлением.

Одна из причин непонимания реципиентами речи переводчика – пробелы в языковой подготовке последнего, например, когда переводчик уделяет мало внимания правильному произнесению имен собственных и некоторых других специфических наименований на иностранном языке и произносит их по правилам родного языка. Так, при неверном произнесении Кубанский университет может быть истолкован иноязычными реципиентами как Кубинский университет, магистрант – как судья низшей инстанции (мировой суд) в Великобритании, а слово «джинн» из фольклора Ближнего Востока – как спиртной напиток «джин».

При выборе варианта английского языка – стандартного британского (RP) или американского (mid-Western) желательно не допускать их смешения, а строго придерживаться одного из них. Осведомленность об основных фонетических различиях между британским и американским вариантами английского языка также способствует профессиональному росту переводчика [Шамлиди 2018в: 111–124].

Не следует подражать носителям языка, говорящим на нестандартных диалектах, хотя правильное восприятие диалектальной или нестандартной речи на слух тоже входит в систему компетентностных ценностей переводчика.

*Восприятие на слух.* В идеале профессиональный переводчик должен уметь понимать аудиотексты, репрезентирующие стандартные варианты английского языка – британский, американский, канадский, австралийский, новозеландский; английский тех стран, в которых он является вторым государственным языком (Индия, Кения, Уганда, Судан, Ямайка и проч.); английский, на котором говорят представители стран Евросоюза, Азии, Южной Америки, а также различные диалекты, социолекты, идиолекты. Но в реальной переводческой работе такое слуховое восприятие приобретается в течение многих лет, а в рамках вузовских программ, даже на специализированных переводческих факультетах, особенно в плане понимания нестандартной речи и диалектов, оно практически недостижимо.

В общем плане адекватного восприятия и перевода воспринимаемого на слух текста переводчик обязан уметь аудировать тексты монологического и диалогического характера: доклады, лекции, информационные сообщения, описания производственных процессов, беседы и переговоры профессионального характера, а также понимать и правильно интерпретировать фоновую информацию. При всем при этом переводчику нередко приходится преодолевать трудности, связанные однократностью предъявления аудиоотрезка, различными голосовыми характеристиками, помехами, «навязанным» темповым режимом, необходимостью корректировать сбивчивую или логически несвязанную речь, догадываться о смысле незавершенных высказываний и при соответствующей скорости обработки данных доносить их до аудитории.

При наличии разного рода помех при аудировании переводчику необходимо проявлять максимальную концентрацию, в случае необходимости бороться с собственной нерешительностью, эмоциональной неустойчивостью, скованностью, боязнью аудитории, внутренним ожиданием негативных реакций со стороны аудитории, ситуационной тревожностью и проч.

Аудирование, т.е. восприятие и понимание звучащей речи, – это сложная психическая деятельность, которая требует высокой степени концентрации, больших интеллектуальных и подчас волевых усилий со стороны переводчика.

*Грамматика.* Одним из важнейших аспектов переводческой компетентности является знание грамматики – морфологии, синтаксиса, правил словообразования – родного и рабочего иностранного языков, поскольку профессиональный перевод при отсутствии у переводчика грамматической базы невозможен. Теоретическое осмысление грамматических явлений и категорий закрепляется на практике выполнением письменных и устных упражнений с целью доведения грамматических речевых навыков до полного их автоматизма. Перечислим некоторые из них: респонсивные – вопросно-ответная форма, реагирование на реплики, на неожиданные коммуникативные ситуации; ситуативные и описательные – описание ситуаций, изображений, личностных характеристик, сюжетов, объектов); репродуктивные (пересказ, изложение); дискуссионные (дискуссии, их комментарий постфактум); инициативные (составление диалогов, монологов, выступлений, презентаций, проведение тематических пресс-конференций); перифрастические и подстановочные (подстановка лексических единиц или служебных частей речи в синтагмы, речевые обороты, устойчивые выражения, грамматические образцы); трансформационные (видоизменение лексико-грамматических форм, трансформация повествовательных, вопросительных, отрицательных предложений в эмфатические речевые обороты); репродуктивные (воспроизведение и активация устойчивых грамматических образцов, составление собственных коммуникативных ситуаций с этими оборотами) и проч. Также будущим переводчикам желательно выполнять переводные упражнения, как с иностранного языка на родной, так и, особенно, с родного языка на иностранный. Последние, во избежание интерференции, навешанной родным языком, желательно выполнять под контролем опытного педагога. Грамматические образцы и конструкции отрабатываются до автоматизма – сначала в письменном, а затем в устном исполнении.

При переходе от нормативной грамматики к коммуникативной переводчики усваивают тенденции разговорной речи, отражаемые в учебниках и пособиях по коммуникативной грамматике, отслеживают те речевые образцы, которые строятся с нарушением стандартных грамматических норм, но, тем не менее, используются носителями языка в повседневном общении.

Осведомленность об основных грамматических различиях между британским и американским вариантами английского языка также способствует профессиональному росту переводчика.

*Лексика.* Переводчик пополняет свой лексикон в течение всей своей профессиональной деятельности, причем расширение лексического запаса рабочего иностранного языка неизбежно приводит к увеличению вокабуляра родного языка. Основное отличие переводчика от любого другого человека, владеющего иностранным языком, заключается в том, что у первого *активный* словарный запас всегда больше. Объем лексикона переводчика зависит как от его фоновых знаний, определяемых языковыми и социокультурными ценностями той страны, в которой он родился, воспитывался и получал образование, так и от знаний о культуре, традициях, обычаях страны (или стран), в которой изучаемый иностранный язык является государственным.

Основной принцип, которым должен руководствоваться переводчик при овладении лексиконом иностранного языка, можно сформулировать следующим образом: «Если я знаю наименование этого объекта или понятия на родном языке, я должен знать эквивалент этого наименования на рабочем иностранном языке».

В настоящее время лица, выступающие на конференциях, симпозиумах, совещаниях, семинарах, далеко не всегда придерживаются официального стиля. Для придания живости выступлению или в других прагматических целях они могут употреблять просторечные выражения, пословицы, поговорки и даже неформальную лексику. При учете этого лексическая компетенция современного переводчика предполагает как владение нормативным словарным запасом, включая книжную, стилистически нейтральную и литературно-разговорную лексику, так и знание современных идиом, неформальной лексики, сленга, жаргонизмов. Владение только стандартной лексикой приводит к многочисленным переводческим ошибкам. Так, название известного американского фильма «Red Heat» с Арнольдом Шварценеггером в главной роли было переведено дословно как «Красная жара», в то время как в США сленговое слово «heat» означает полицию, а в данном контексте – полицейского. Поэтому лексический багаж современного переводчика включает не только высоколитературную и базовую стилистически нейтральную нормативную лексику, но также сниженную разговорную, и, даже, современный сленг.

Специальной терминологической лексикой переводчик «прирастает» по мере необходимости. Однако есть вид лексики, с которым переводчик работает всю свою сознательную жизнь – язык СМИ. Язык СМИ насыщен общественно-политической терминологией, которая отличается от других терминосистем насыщенностью газетными клише, устойчивыми выражениями и прочими языковыми средствами со стертыми семасиологическими связями, владение которыми должно быть доведено до автоматизма. Современный дискурс СМИ имеет тенденцию включать множество идиоматических и разговорных выражений, а иногда и сленг.

Немаловажное значение имеет осведомленность о ложных друзьях переводчика [Шамлиди 2012: 159–163]. Забвение этой компетенции приводит к переводческим ошибкам. Так, фильм «Spectre», двадцать четвертый фильм из серии фильмов про вымышленного агента 007 британской разведки, был переведен на русский язык как «Спектр» вместо правильного «Призрак». Русскому слову «спектр» соответствует английский эквивалент “spectrum”. Переводчик, по всей вероятности, руководствовался сходством внешней графической и фонетической формы английского слова с русским, не удосужившись заглянуть в словарь.

Еще один сравнительно новый пласт лексической компетенции переводчиков – эвфемизмы, отражающие современное движение политкорректности: barman → bartender; foreigner (иностранец) → newcomer (новоприбывший); housewife → housemaker; garbage collector (уборщик мусора) → sanitation engineer (инженер по санитарии); handicapped person (лицо, страдающее физическим недостатком) → differently-abled person (человек с иными возможностями) [подробнее см. Панин 2004; Andrews 1996].

Помимо чтения известных произведений художественной литературы, как классических, так и современных, просмотра фильмов на иностранном языке (желательно с титрами на этом же языке) переводчику рекомендуется ознакомиться с текстами священных писаний основных мировых религий, поскольку ораторы могут их цитировать.

Перевод текстов разных жанров предполагает наличие у переводчика всесторонней общеязыковой эрудиции, специфических знаний и умений, широких внелингвистических знаний, а, иногда, особой языковой интуиции. Так, переводя художественные произведения, переводчик проникает в замысел автора, в его стиль, в особенности эпохи, отображаемой в произведении, распознает коннотации, импликации, подтекст, демонстрирует умение адекватно передавать архаизмы, историзмы, библеизмы, фразеологизмы, игру слов, интерпретирует литературно-разговорную, низкую коллоквиальную и сленговую лексику согласно общепринятым нормам языка перевода. Для достижения стилистической адекватности с текстом оригинала переводчик также должен уметь передавать лексические, синтаксические и фонетические образные средства.

Однако в ряде случаев, получив свободу интерпретации, некоторые переводчики современных художественных произведений, фильмов, комиков, артистов разговорного жанра передают вульгаризмы и табуированную лексику почти дословно, не осознавая, что в тексте перевода эта лексика может звучать гораздо более пошло и даже резать слух, чего при восприятии оригинала не происходит. Такая лексика при возрастании частотности ее употребления и рекуррентности в рамках широкого социума нередко теряет свою вульгарную и непристойную окраску, которая при дословной передаче на язык перевода может, напротив, усилиться.

При работе со специальными терминологическими текстами требования по сохранению стилистических и стилевых параметров, хотя и сохраняются, как, например, при переводе юридических текстов, документов, инструкций, но не имеют решающего значения, поскольку в них коннотативные значения и импликации нивелируются, а на первый план выходят прямые номинативные значения. Термины, фигурирующие в узкой специальной области, как правило, однозначны и ясно мотивированы. Основные признаки таких терминов подробно описаны в лингвистической литературе [См. Голованова 2014; Гринев-Гриневиц 2008; Лейчик 2009;

Мельников 1991; Немченко 2011; Пумпянский 1965]. Трудность заключается в выборе правильного переводческого соответствия при трактовке «многозначных» терминов [Зимовая 2011]. Так, если в лесотехнической промышленности термин logging означает *лесозаготовки*, то в сфере техники безопасности – *ведение системного журнала*, а в нефтедобывающей области – *картаж*, т.е. геофизические исследования в скважине. Термин sedimentation в геологии означает *образование осадочных пород*, а в медицине – *оседание эритроцитов* (красных кровяных телец) при анализе состава крови. В грамматике русского языка термин «морфология» означает *раздел грамматики, изучающий формы слов*, в анатомии – *науку о форме и строении организмов*, а в геологии – *науку о строении горных пород*.

Особую внимательность нужно применять при переводе консубстанциональных терминов, т.е. слов, взятых из общего словарного фонда языка, но приобретших в той или иной специальной области узкопрофильные значения [Грин-Гриневиц 2008: 25]. Так, exponent – это не *экспонат*, а *показатель степени* в математике. В нефтегазовой отрасли fishing – это не *рыбалка*, а *ловильные работы*, т.е. операции, необходимые для высвобождения ствола скважины.

*Устный перевод.* Хотя в данной статье речь идет преимущественно о компетенциях устного переводчика, в настоящее время переводчик обязан уметь сочетать и претворять на практике умения устного и письменного перевода, тем более, что современным компаниям и учреждениям нужны переводчики-универсалы. При столкновении с новой специализацией изначальный письменный перевод помогает переводчику глубже проникнуться пониманием этой области и толковать новые лексические единицы, исходя не только из словарной статьи, но и из контекста, что помогает осуществлять устный перевод на более высоком уровне.

Устный перевод, как известно, существует в двух основных разновидностях: (1) последовательный и (2) синхронный. Ряд переводчиков в зависимости от запросов приглашающей стороны умеют сочетать эти разновидности. Иногда применяется промежуточный вид перевода, т. наз. полусинхрон (overlapping), когда последовательный переводчик, не дожидаясь окончания текстового отрезка со стороны оратора, осуществляет перевод наложением текста перевода на окончание синтагмы ИЯ или на следующее предложение, что помогает экономить время.

Реальная переводческая деятельность осуществляется в разных условиях: за компьютером в офисе или дома (письменный перевод), стоя или сидя рядом с лектором (устный последовательный перевод), на производстве внутри предприятия или в полевых условиях при наличии шума и других помех, на переговорах (устный двусторонний перевод), в специально оборудованной кабине (синхронный перевод), перевод экскурсоводов, работников музеев, выставок (последовательный перевод или быстрый последовательный перевод с наложением на речь говорящего – полусинхрон), реферативный синхронный перевод нашептыванием, например, в конференц-зале рядом с клиентом, перевод переговоров по скайпу или телефону, подготовленный синхронный перевод фильмов с наличием видеоряда, перевод новостных сводок и прочих аудио- и видеоматериалов, перевод с листа при зачитывании, например, юридических документов, коммюнике, резюме, других документов, подытоживающих проведенные международные мероприятия. Тексты, подлежащие переводу, отличаются большим разнообразием по жанровой принадлежности, тематике, вокабуляру, терминологии, стилистике и проч. независимо от того, является ли перевод письменным или устным, хотя требования к точности перевода устных и письменных текстов не всегда одинаковы. Устный переводчик может позволить себе некоторые вольности, недопустимые для переводчика письменных текстов. Так, существует мнение, что синхронный устный перевод может считаться удачным, если переведено не менее 80%-85% исходного текста, поскольку, особенно в том случае, если текст выступления и сам оратор незнакомы переводчику, могут появиться ошибки и неточности, причины которых могут быть самыми разнообразными [Setton 1999]. Частая причина неудачного перевода – недостаточная подготовка к переводу текстов какой-либо специальной области, в чем, кстати говоря, сами переводчики не всегда виноваты.

Профессиональная деятельность устного переводчика имеет своей целью достижение адекватного перевода речи иноязычных коммуникантов. В настоящее время без последовательного и синхронного устного перевода не обходятся пресс-конференции, симпозиумы, семинары или дискуссии, которые все чаще включают элементы разговорной речи.

При всем понимании важности лингвистических факторов, определяющих становление переводчика как разносторонней языковой личности, взаимодействие разноязычных коммуникантов в современном мире рассматривается не только как межъязыковое, но и как межкультурное. Именно поэтому обучение иностранному языку связывается с приобщением к иной культуре. В этом плане подготовка переводчиков рассматривается через призму межкультурного взаимодействия, где переводчик является основным посредническим звеном. Знание переводчиком иноязычной культуры, традиций, выдающихся личностей из сферы научных достижений, литературы, музыки, искусства, также политических деятелей, политической системы, географии, истории, религиозных воззрений и проч. совершенно необходимо. Отсутствие этих знаний может привести к неловким ситуациям и не будет способствовать восприятию переводчика иноязычными клиентами как высокообразованного человека.

Для успешного осуществления синхронного перевода переводчику особенно важно вырабатывать быструю лингвистическую реакцию и речевую реактивность, а для последовательного перевода – с помощью ряда упражнений – развивать кратковременную оперативную переводческую память, быструю переключаемость с одного языка на другой (liaison interpreting), что особенно важно при переводе дискуссий, переговоров, семинаров и диспутов. Переводчик также обязан совершенствовать владение УПС (упрощенной переводческой скорописью) и в случае необходимости уметь применять ее особенно для записи прецизионной информации, цифровых данных, перечислений и проч [Чужакин 2009: 59].

При быстром темпе речи оратора (синхронный перевод) немаловажным является умение осуществлять адаптивное транскодирование [Комиссаров 1990: 5], упрощать синтаксис высказываний ИЯ, компрессировать текст перевода, опуская несущественную и тавтологическую информацию [Шамлиди 2016: 133–141]. Помимо этого, в синхронном переводе переводчик должен уметь осуществлять вероятностное прогнозирование [подробнее см. Чернов 1978: 85–97; Илюхин 2001: 52–63].

При осуществлении реферативного перевода переводчик либо синхронно (чаще – нашептыванием), либо последовательно, обязан умело вычленять и доносить до реципиента лишь ключевую информацию.

Если автор/докладчик вносит в устный текст свою энергию, свои чувства и эмоции, переводчик должен стремиться интонацией, тональностью и модуляцией передать реципиентам соответствующий эмотивный настрой. Переводчик контролирует темп речи, ускоряя или, наоборот, сдерживая его в соответствии темпом речи оратора и условиями коммуникации.

К внешним аспектам переводческой деятельности относятся: психологическая устойчивость переводчика, выносливость, хорошее состояние здоровья, умение побороть боязнь перед незнакомой аудиторией, умение переломить ход событий при работе с недоброжелательной аудиторией, пунктуальность, вежливость, коммуникабельность, общительность, доброжелательность и т.д. Устному переводчику необходимо заниматься спортом, а, при необходимости, консультироваться со специалистом-психологом, посещать психологические тренинги, уметь расслабляться, тренировать концентрацию внимания, приучатся не обращать внимания на отвлекающие факторы и т.д.

Переводчику необходимо учиться преодолевать такие недостатки, как излишне тихий или, напротив, слишком громкий голос, неуместные паузы во время перевода, сбивчивый темп речи, отсутствие обращенности к аудитории, несоответствующая поза и/или несоответствующая одежда, ненужная или чрезмерная жестикуляция, незнание профессиональной переводческой этики.

Устный переводчик как посредник в процессе межкультурной коммуникации не застрахован от ошибок, как языковых, так и внеязыковых.

Среди языковых отметим ошибки фонетические грамматические, лексические, стилистические, тавтологические повторы, употребление слов-паразитов, незаконченные фразы, искажение смысла высказывания, незнание просторечных форм выражения, политкорректных эвфемизмов, копирование, например, путем калькирования, устойчивых выражений, клише, идиом, и перенесение их в этом виде на язык перевода, невнимание к псевдоинтернациональной лексике и, как следствие, неправильный перевод, пропуск фактов, искажение логики изложения, ненужные добавления, переспросы, отсебятина и проч. Отметим также ошибки психологические: неуверенность в себе, боязнь аудитории, боязнь работы в кабине для синхронного перевода и проч. Ошибки межкультурного общения сопряжены с разными социумами, психологией, мировоззрением, религией, различием в одежде, в поведении, манере общения, жестикуляции, наличием навязанных СМИ стереотипов. Главный принцип профессиональной переводческой деятельности – замечать допущенные ошибки, находить пути их исправления и не допускать повторения этих ошибок.

**Заключение.** Устный переводчик обязан адекватно доносить информацию оригинального текста до адресата. Полнота передачи является мерилем качества перевода. Качество перевода зависит от специальных и общих фоновых знаний переводчика, интуиции и профессиональной компетенции.

Компетенции переводчика имеют языковой и внеязыковой характер. В языковом отношении профессиональный устный переводчик владеет рабочим иностранным языком практически на уровне родного языка, знает сходства и расхождения в фонетических, лексических и грамматических системах и стилистических категориях исходного языка (ИЯ) и языка перевода (ПЯ), владеет этими системами и категориями и умеет практически применять их при переводе.

Применительно к различным сферам межличностной речевой коммуникации переводчик понимает особенности выражения различной смысловой информации, средств выражения, знает пути и способы речевого воздействия в иной культурной среде, владеет системой представлений о связи языка, истории и культуры народа, о функционировании и месте культуры в обществе, о национально-культурной специфике стран изучаемого языка.

Готовясь к устному переводу, переводчик проводит анализ текстов и прочих материалов, предоставленных заранее, прорабатывает всю ключевую информацию, которая подлежит передаче при переводе с учетом функционально-стилевых характеристик, жанровой принадлежности, цели адресата и других экстралингвистических факторов. При отсутствии предоставленного материала переводчик знакомится с предыдущими выступлениями автора, что помогает сформировать более глубокое представление о будущем тексте перевода, о содержащихся в нем тонкостях и нюансах.

Сочетая лингвистические и внемлингвистические факторы, переводчик соблюдает все существующие в переводе нормы построения грамотного и связного текста с учетом специфики аудитории, особенно, если ее представители являются носителями другой культуры. Удачный перевод проявляется в ожидаемой деятельностью реакции со стороны аудитории.

Как в синхронном, так и в последовательном переводе переводчик сохраняет оптимальный для восприятия аудиторией темп говорения, избегая лишних пауз, повторений или исправлений.

При переводе нашептыванием клиент может попросить переводчика переводить лишь основные моменты выступления. В этом случае переводчик либо синхронным нашептыванием, либо последовательно осуществляет реферативный перевод, вычленяя и переводя лишь ключевую информацию.

Переводчик-синхронист обязан знать рабочий иностранный язык на уровне, или почти на уровне родного языка. В синхронном переводе переводчик умеет спрогнозировать порождение такого переводческого текста,

который впишется в контекст реципиента (вероятностное прогнозирование), а также применяет компрессию, сохраняя ключевые биты информации и отбрасывая несущественную и тавтологическую информацию.

Устные переводчики, как последовательные, так и синхронные, постоянно работают над постановкой голоса, дикции, совершенствованием риторических умений, произношения, знакомятся с новыми тенденциями в грамматической системе языка, постоянно пополняют словарный запас формальной и неформальной лексикой, устойчивыми выражениями, идиомами, терминами. Чтение и слушание новостных сводок СМИ – постоянный процесс в течение всей профессиональной переводческой деятельности.

Переводчик владеет техникой перевода с листа (*sight translation*), что подразумевает умение быстро читать про себя, поскольку у переводчика могут быть 2-3 минуты для ознакомления с основным содержанием письменного текста.

Квалифицированный устный переводчик обязан владеть семантографией (УПС – упрощенной переводческой скорописью), которая, как вид профессиональной фиксации информации, используется в основном в устном последовательном переводе с целью снятия нагрузки на оперативную память и создания алгоритма порождения текста перевода.

Для осуществления двухстороннего перевода (*liaison interpretation*) переводчик вырабатывает умение быстро переключаться с одного языка на другой.

Переводчик понимает, что ошибки лексического, грамматического, орфоэпического, стилистического плана при восприятии текста ИЯ и его переводе неизбежны. Профессиональный переводчик не оставляет эти ошибки без внимания, систематизирует их и не допускает их повторения.

К внешним аспектам компетенции относятся психологическая устойчивость переводчика, выносливость, хорошее состояние здоровья, умение побороть боязнь перед аудиторией и своим профессионализмом переломить ход событий при работе с недоброжелательной аудиторией, пунктуальность, вежливость, коммуникабельность, посреднические навыки и т.д.

Таким образом, формирование профессионального переводчика как многогранной мультикультурной личности представляет собой сложный и нескончаемый процесс, во время которого переводчик овладевает языковыми и внеязыковыми компетенциями, составляющими базу его основной роли посредника процесса межкультурной и межъязыковой коммуникации.

### Библиография

- Алексеева И.С. Профессиональный тренинг переводчика: учебное пособие по устному и письменному переводу для переводчиков и преподавателей. – СПб.: Союз, 2001. – 288 с.
- Бархударов Л.С. Язык и перевод. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
- Виноградов В.С. Лексические вопросы перевода художественной прозы. – М.: МГУ, 1978. – 174 с.
- Ворожбитова А.А. Дискурсивные процессы литературно-художественной коммуникации и тип литературной личности «писатель русского зарубежья»: лингвориторический подход // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2015. – № 20. – С. 11–16.
- Голованова Е.И. Введение в когнитивное терминоведение: учебное пособие. – 2-е изд., стер. – М.: Флинта: Наука, 2014. – 221 с.
- Гринев-Гриневич С.В. Терминоведение: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – М.: Академия, 2008. – 304 с.
- Зимовая М.В. Многозначность в терминологии: автореф. дис. на соиск. уч. степ. канд. филол. наук. – Орел, 2011. – 19 с.
- Илюхин В.М. Стратегии в синхронном переводе (на материале англо-русской и русско-английской комбинаций перевода): дис. на соиск. уч. степ. канд. филол. наук. – М., 2001. – 240 с.
- Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
- Лейчик В.М. Терминоведение: предмет, методы, структура / 4-е изд., испр. и доп. – М.: ЛИБРОКОМ, 2009. – 254 с.
- Мельников Г.П. Основы терминоведения. – М.: Изд-во ун-та дружбы народов, 1991. – 116 с.
- Миньяр-Белоручев Р.К. Теория и методы перевода. – М.: Московский Лицей, 1996. – 208 с.
- Мирошников Ю.И. Аксиологическая структура социокультурной коммуникации / Рос. филос. о-во; Межвуз. центр проблем непрерыв. гуманитар. образования при Урал. гос. ун-те им. А.М.Горького. – Екатеринбург: Банк культурной информации, 1998. – 160 с.
- Немченко В.Н. Грамматическая терминология. Словарь-справочник. – М.: Флинта, Наука, 2011. – 589 с.
- Панин В.В. Политическая корректность как культурно-поведенческая и языковая категория. Дис. на соиск. уч. степ. канд. филол. наук. – Тюмень, 2004. – 234 с.
- Пумпянский А.Л. Введение в практику перевода научной и технической литературы на английский язык. – М.: Наука, 1965. – 304 с.
- Тимофеев А.В., Ворожбитова А.А. Билингвальная модель профессиональной подготовки будущего учителя иностранного языка [Электронный ресурс]: монография. – 3-е изд. М.: ФЛИНТА, 2019. – 127 с.
- Федоров А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): Для институтов и факультетов иностр. языков. Учеб. пособие. – 5-е изд. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ. М.: ООО «Издательский Дом «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 2002. – 416 с.
- Чернов Г.В. Теория и практика синхронного перевода. – М.: Междунар. отношения, 1978. – 208 с.
- Чужакин А.П. (с участием Палажченко П.Р.) Введение в устный перевод. – М.: ИНСА, 2009. – 230 с.

Шамлиди Е.Ю. Базовые аспекты устной переводческой деятельности: учебно-методическое пособие (издание 2-е, исправленное и дополненное). – Пятигорск: ПГУ, 2018. – 103 с.

Шамлиди Е.Ю. Еще один взгляд на ложных друзей переводчика (расширенный аспект) // Вестник ПГЛУ. – Пятигорск, 2012. – № 3. – С.159–163.

Шамлиди Е.Ю. Особенности коррекции произношения у студентов переводческих факультетов и работающих переводчиков. Университетские чтения – 2018: м-лы региональной межвузовской конференции. Часть V, 11-12 января, Пятигорск, 2018. – С. 129–142.

Шамлиди Е.Ю. О фонетической компетенции переводчиков (на материале английского языка). Научный журнал «МНОГОЯЗЫЧИЕ в образовательном пространстве». Вып. 11. – Ижевск, 2019. – С. 86–97.

Шамлиди Е.Ю. Речевая компрессия как одна из технологий устного перевода // Вестник ПГЛУ, №3. – Пятигорск, 2016, – С. 133–141.

Шамлиди Е.Ю. Фонетические различия между британским и американским вариантами английского языка как фактор переводческой деятельности. Научный журнал «МНОГОЯЗЫЧИЕ в образовательном пространстве». Вып. 10. – Ижевск, 2018. – С.111–124.

Шамлиди Е.Ю., Геворгян А.А. Коррективный фонетический практикум по английскому языку для студентов-переводчиков: учебно-методическое пособие. – 3-е изд., исправл. и дополн. – Пятигорск: ПГЛУ, 2016. – 156 с.

Andrews E. Cultural Sensitivity and Political Correctness: the linguistic problem of naming // American Speech: a quarterly of linguistic usage. – 1996. vol. 71. № 4. – P. 389–404.

Setton R. Simultaneous Interpretation. A Cognitive-pragmatic Analysis. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1999. – 399 p.



**Речевой поступок как средство взаимодействия с партнерами  
в различных коммуникативных ситуациях**

<sup>1</sup>Шевченко Ольга Николаевна  
<sup>2</sup>Узенцова Елена Александровна

<sup>1</sup>Ростовский государственный медицинский университет, Россия  
344022, г. Ростов-на-Дону, пер. Нахичеванский, 29  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: olgashevchenko3006@mail.ru

<sup>2</sup>Технологический институт (филиал Донского государственного технологического университета), Россия  
344002, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1  
кандидат филологических наук  
E-mail: twinslena@yandex.ru

**Аннотация:** Речевой поступок рассматривается как сложное явление, находящееся в непосредственной зависимости от ценностей, норм, этических идеалов, образа мыслей, имиджа индивида. Речевые поступки являются как нестатические явления, требующие лексического, грамматического и стилистического оформления в зависимости от конкретного речевого партнера или от конкретной коммуникативной ситуации. Речевой поступок рассматривается как словесный товарный знак, который можно представить в виде формулы: «коммуникатор + слово + интонация + реципиент + социально-культурный контекст их взаимодействия». В статье анализируются условия реализации речевых поступков, разбираются приемы и условия, определяющие успех речевого явления.

**Ключевые слова:** речь, речевой поступок, коммуникативная ситуация, коммуникативный процесс, общение, ситуация общения, речевой партнер.

УДК 808.55

**Speech act as a means of interaction with partners in various communicative situations**

<sup>1</sup>Olga N. Shevchenko  
<sup>2</sup>Elena A. Uzentsova

<sup>1</sup>Rostov State Medical University, Russia  
344022, Rostov-on-Don, Nakhichevan Pereulok, 29  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: olgashevchenko3006@mail.ru

<sup>2</sup>Technological Institute, Don Branch of State Technological University, Russia  
344002, Rostov-on-Don, Gagarin Square, 1  
Candidate of Sciences (Philology)  
E-mail: twinslena@yandex.ru

**Abstract.** A speech act is considered as a complex phenomenon, directly dependent on values, norms, ethical ideals, way of thinking, and an individual's image. Speech acts are regarded as non-static phenomena requiring lexical, grammatical, and stylistic design with respect to the particular speech partner or a specific communicative situation. The speech act is considered as a verbal trademark, which can be represented in the following formula: "communicator + word + intonation + recipient + sociocultural context of their interaction". The article analyzes the conditions for the implementation of speech acts, examines techniques and circumstances that determine the success of speech development.

**Keywords:** speech, speech act, communicative situation, communicative process, communication, speech situation, speech partner.

UDC 808.55

**Введение.** Основная задача речевого явления – освещение предмета коммуникации при помощи объективно-целесообразных форм и методов, приемлемых к определенным целевым и контактными группам с целью частичного или полного разрешения проблем субъектов, участвующих в диалоге. Информация, поступающая в аудиторию, должна иметь непосредственное к ней отношение, косвенно или прямо способствовать коммуникативной удовлетворенности каждого участника, становясь способом социального и коммуникативного позиционирования идей индивида в речевом поступке.

Речевой поступок – это намеренно созданное высказывание, отражающее нравственную позицию коммуниканта. Речевой поступок – сложное явление, находящееся в непосредственной зависимости от ценностей, норм, этических идеалов, образа мыслей, имиджа индивида (коммуниканта), который участвует в диалоге либо произносит монолог. Речевые поступки нестатические явления, их оформление как лексическое, так и ин-

тонационное может различаться в зависимости от конкретного речевого партнера или от конкретной коммуникативной ситуации.

Каждый речевой поступок демонстрирует двусторонний процесс, включающий говорение, слуховое восприятие и понимание услышанного. В речевом поступке находит воплощение не только язык, который через речь реализует коммуникативную функцию, но и культурный, этический, образовательный и т.д. аспекты.

Речевой поступок зависит от ситуации и обстановки коммуникативного акта, от сознания и мышления участника коммуникации. Речевой поступок – условие и средство речевого моделирования, он воплощает результат деятельности сознания.

Речевой поступок взаимосвязан с мышлением. Мышление отображает мир, а речевой поступок делает предмет мышления доступным для собеседника. Связь мышления и речевого поступка прослеживается также и в словах, которые используют коммуниканты, и в звуковом выражении фраз, и в смысле произнесенного слова.

Речевые поступки и вопросы речевого самосовершенствования изучали З.И. Курцева [Курцева 2017], Т.Ю. Шерстинова [Шерстинова 2018], Т. Сибата [Сибата 1983], Дж. Остин (Austin 1962), Дж. Сёрль (Searle 1976), А.А. Ворожбитова [Ворожбитова 2018б; Vorozhbitova, Marchenko *etc.* 2018; Vorozhbitova, Yurieva *etc.* 2020] и др.

Материалы и методы. Научные источники, изучающие речевое поведение, речевые поступки, речевую деятельность и речеведение в целом, послужили материалом исследования. При подготовке статьи были использованы метод наблюдения, обзор научной литературы, теоретический анализ.

**Обсуждение. Ценности.** «Ценность – это одна из основных понятийных универсалий в системе философских и гуманитарных дискурсов, обозначающих в самом общем виде, во-первых, положительную или отрицательную значимость какого-либо объекта или явления действительности (предметные ценности), во-вторых, нормативную (оценочную) сторону явлений общественного сознания (субъектные ценности). Термин «ценность» используется для указания на человеческое, социальное и культурное значение определённых объектов и явлений [Шохин, Абушенко 2020], на аксиологическую прагматику в динамике дискурсивных процессов социокультурно-образовательного пространства [Ворожбитова 2013, 2018а].

В каждом конкретном социуме есть ценности, которые особо значимы, которые определяют национальную культурную самобытность, идентичность, историческое и национальное своеобразие народа. Речевой поступок в широком смысле отражает ценности, определяющие черты национального характера и национального этикета, в узком смысле – индивидуальные ценности участников коммуникационного процесса [Громова, Шевченко 2014]. Речевой поступок может персонифицировать ценности. Он прямо или опосредованно влияет на воспринимающую сторону, на способность адресатом заимствовать модели поведения и способы самовыражения.

**Нормы.** Норма – предписание, разрешение или запрещение действовать определённым образом [Фило-софская энциклопедия 2020].

Нормы фиксируют разрешенные и запрещенные модели поведения. В речевом поступке реализуются лексические, грамматические и стилистические нормы. Особое внимание надо уделять произношению, ударению и интонационным нормам.

Малограмотность, малый словарный запас, неумение выразить свою мысль приводит к словесной недостоверности, что провоцирует использование просторечий, жаргонизмов и нецензурной лексики. Речевой поступок в подобных условиях теряет свой культурный уровень, приводит к коммуникативной неудовлетворенности и оскорблению личности.

Участники процесса коммуникации должны четко понимать, в каком обществе допустимо использовать те или иные фразы и выражения. Нарушение языковых норм может повлечь за собой определенные санкции.

Категоричность следования речевого поступка определённым нормам обусловлена профессиональными, возрастными, бытовыми и т.д. причинными.

Норма как основа процесса коммуникации врача и пациента, к примеру, ориентирована на предупреждение негативных последствий вследствие неправильной интерпретации слов, действий и поведения врача. Следует учитывать, что в сознании пациента языковые нормы могут не соответствовать общепринятым установкам. Речевой поступок, обрамленный языковой нормой, поможет правильно спарировать безнравственные и запрещенные языковыми нормами фразы.

Речевой поступок тесно связан с этическими нормами. Этические нормы предполагают внутренний выбор личности, который регулируется совестью и сознанием.

Медицинская деонтология, к примеру, прописывает нормы должного поведения медицинского персонала. Медицинский словарь так описывает понятие «деонтология»: «Деонтология (Deontology) наука, занимающаяся изучением этики и корректного поведения, а также определенных обязанностей врача по отношению к больному. Медицинская деонтология занимается изучением правил поведения врача по отношению к своим пациентам и врачей между собой; вопросом, необходимо ли сообщать пациенту о том, что он неизлечимо болен, или нет, а также некоторыми другими проблемами. Наиболее известен свод применяемых в медицине этических норм, сформулированный Гиппократом (клятва Гиппократова)» [Медицинский словарь 2020]. Таким образом, деонтология регулирует поступки, связанные с речеведением, ставя речевую деятельность в определенные рамки и регламентируя ее деонтологическими нормами.

**Имидж.** Имидж определяет принципы поведения человека. Имидж – это целенаправленно сформированный образ, адресованный к конкретной аудитории с целью эмоционально-психологического воздействия на нее. Имидж – это субъективная картина, которая складывается в сознании аудитории в результате интерпрета-

ции полученной информации на основе уже сложившихся стереотипов и значений [Марков 2006]. Имидж формирует реальность, он изменяет общественное мнение, сознание и поведение. Имидж может существовать независимо от его носителя.

Имидж формируется средствами самого физического лица (например, врача), организации (например, медицинского учреждения), либо при помощи аудитории (например, пациентов), которые могут менять свое отношение и к врачу, и к учреждению под влиянием случайных обстоятельств.

Имидж врача – складывается не только, благодаря его успешной либо неуспешной профессиональной деятельности, но и средствами результативной либо нерезультативной коммуникации. Речевой поступок представляет особую значимость. От умения вести коммуникационный процесс, строить коммуникативную тактику и стратегию зависит успешное общение врача и пациента, а речевые поступки сотрудников в целом – формируют лицо медицинского учреждения.

**Образ.** Образ человека находит наибольшее свое воплощение в речевом поступке. Образ, облеченный определенной словесной формой, помогает понять человека, располагает к общению и взаимодействию.

Языковой образ реализуется в речевом поступке. Речевые поступки делают образ зримым. Образ человека, облеченный языковой формой, создает единое и целостное впечатление о собеседнике.

Ситуации речевого общения могут быть самыми разнообразными. Не всегда удается сохранить единство образа и речи. Речевые поступки могут не отражать свойственную человеку природу, а наоборот приписывать субъекту несвойственные ему качества.

Коммуникативное единство собеседников (врача и пациента, коллег) возникает благодаря внутреннему синтезу, взаимопониманию, заинтересованности в положительном коммуникативном результате. Этому способствует обсуждение общих тем, использование сходных методов ведения диалога, умелое использование средств невербальной коммуникации. Также успешное взаимодействие возможно, когда у собеседников наблюдается ценностное, духовное и культурное единство.

Речевой поступок складывается из множества позиций социального, культурного, религиозного, профессионального, языкового и коммуникативного характера. Образ, который складывается о человеке через призму его речевых поступков – важный аспект, обуславливающий успех индивида в различных коммуникативных ситуациях. Образ, который складывается в результате того или иного речевого поступка – это своеобразная идентификация личности. Устойчивые речевые образы, как позитивные, так и негативные формируют общественное мнение и отношение к тому или иному субъекту. Грамотный подбор значимых для аудитории речевых акцентов аккумулирует данные, которые сформируют репутацию и имя индивида, например, доктора.

**Репутация.** Репутация – закрепившееся определенное мнение о человеке или группе людей. «Репутация – это упрощенная мера того, насколько вам доверяет сообщество; чтобы ее заработать, требуется убедить других участников в правильности и достоверности изложенной вами информации» [Русский язык 2020]. Соответственно, речевой поступок может как положительно, так и негативно повлиять на имя и репутацию конкретного человека (врача) в частности, и организации (медицинского учреждения) в целом. Взаимодействие с партнерами, у которых не очень благоприятная репутация, может повлечь негативные последствия для будущей профессиональной деятельности субъекта. Определенные трудности, связанные с преодолением барьера понимания могут испытывать врач и пациент в различных коммуникативных ситуациях.

Если коммуникант публичная личность, то его имя является отражением общественного мнения и общественной оценки. Поступки физические, равно как и речевые, играют не последнюю роль в создании имени субъекта и его актуализации в общественном сознании.

**Общественное мнение.** Речевой поступок формирует не только общественное мнение, но и самомнение, выражаясь во «внутренней речи». «Внутренняя речь» – это «мышление с помощью языковых средств (слов и т.д.), осуществляемое про себя, без произнесения вслух» [Шарафутдинова 2008].

Общественное мнение – первенствующая сила информационного общества. Средства массовой информации могут позитивно преподнести аудитории речевой поступок коммуниканта, что вызовет положительную обратную связь, рост рейтинга субъекта или фирмы или негативно, что может повлечь неблагоприятные последствия.

Речевой поступок может изменить сознание и поведение аудитории. Правильно оформленный речевой поступок может служить средством манипулятивного воздействия на реципиента. А.П. Короченский отмечает, что интерпретация знаний об окружающем мире происходит в любом изложении событий, «пока происходит передача информации в обществе», однако «искажение нарастает на этапе потребления информации под влиянием коммуникативных условий ее приема и индивидуальных особенностей восприятия, свойственных получателем медийных посланий» [Короченский 2002: 22]. Таким образом, СМИ рекомендуют аудитории модели речевых поступков, которые возможно изменять, моделируя восприятие адресатом мира.

Цели, которые преследуют субъекты, прибегая к речевому манипулированию, могут быть различны. Речевое манипулирование – это скрытое информационно-психологическое воздействие с помощью языковых средств, которое нацелено на побуждение человека к действиям, изначально не совпадающим с его воззрениями и системой ценностей общества в целом [Михальская 2001: 24]. По мнению О.Н. Быковой, в основе речевого манипулирования лежат такие психологические и психолингвистические механизмы, которые вынуждают слушателя или читателя некритично воспринимать речевое сообщение, способствуют возникновению в его сознании определенных представлений об обсуждаемом предмете [Быкова 1999: 99].

Для речевого поступка, нацеленного на манипулирование, характерно использование таких лексических средств, которые помогут сконцентрировать смысловые акценты так, чтобы незаметно исказить реальность в представлении собеседника [Чиж 2012].

Стереотип – это принятый в исторической общности образец восприятия, фильтрации, интерпретации информации при распознавании и узнавании окружающего мира, основанный на предшествующем социальном опыте.

Стереотипные речевые поступки делают речь предсказуемой, но упрощенной, ординарной, однородной, примитивной. В речевых поступках коммуниканты используют привычные схемы и модели, которые не всегда могут отражать глубину темы. Не всегда также стереотип соответствует содержанию того коммуникативного акта, к которому он применен, для которого он стал своеобразным проектом [Кошарная 2019]. Коммуникативные стереотипы могут быть как безличными, так и персонализированными, могут проектировать поведенческие модели, процессы восприятия и взаимоотношения участников коммуникации.

Профессиональная деятельность врача предполагает коммуникативную мобильность. Это позволит доктору смоделировать процесс коммуникации с пациентом с максимальной отдачей последнего. Неизбежное использование речевых стереотипов врачом в данном случае будет иметь приоритет перед коммуникативными барьерами, которые могут возникнуть из-за разного коммуникативного уровня сторон [Узенцова 2019].

**Уместность речеведения и условия коммуникации.** Уместность употребления речевых фраз определяется ценностно-нормативными и поведенческими схемами, фиксирующими внутренний мир человека, формы его внешнего самовыражения и самопрезентации, отношение индивида к стандартам и стереотипам в речевом поведении. Если коммуникант придерживается определенных жизненных ценностей, следует коммуникативным и поведенческим нормам, то его речевые поступки будут демонстрировать желаемое коммуникативное поведение, тем самым проектируя коммуникативное поведение собеседника.

Условия, в которых протекает диалог, особенно важны в тех коммуникативных ситуациях, в которых качество речи определяется системой определенных условий. Если коммуниканты мало знакомы (к примеру, врач и пациент), если предмет обсуждения не приемлет огласки (история болезни) и т.д. необходимо создать атмосферу коммуникативного единства (т.е. непосредственный коммуникативный контакт, коммуникативное партнерство, включая соучастие, взаимность и совместность действий, единство пространства и времени свершения речи).

Речевой поступок может выступать в форме услуги. Если речевой поступок выступает в форме услуги, его можно определить как целенаправленный и полезный коммуникативный акт, адресованный третьему лицу с целью решения проблем заказчика. В ситуации спора, к примеру, посредник медиатор будет так использовать речевые факты, оформленные в речевые поступки, чтобы стороны максимально были удовлетворены результатом.

**Качество речи.** Качество речи неизменно влияет на коммуникативный результат. Качество речевого поступка определяет его способность воздействовать на ситуацию. Каждый речевой поступок реализует заданную цель: разрешать вопросы и проблемы, удовлетворять коммуникативные потребности и т.д. Речевой поступок – это индивидуальный акт воли и понимания. В нем проявляются языковые навыки, которые могут «изменяться от впечатлений, получаемых при слушании других» [Соссюр 1999: 27].

**Заключение.** Итак, речевой поступок – это продукт, определяющий репутацию и позицию коммуниканта, это своего рода словесный товарный знак, формируемый в процессе повседневной речевой деятельности. Восприятие речи порождает в сознании реципиента определенный ассоциативный ряд позитивного или негативного характера, речевой поступок можно представить в виде формулы: «коммуникатор + слово + интонация + реципиент + социально-культурный контекст их взаимодействия». Речевой поступок, облеченный в правильные языковые рамки, умело интонационно и словесно оформленный – залог успеха речеведения. Поэтому одной из главных задач участников коммуникации является овладение техникой и тактикой речевой деятельности. Правильное использование эффективных коммуникативных приемов обеспечит формирование коммуникативного единства и продуктивной реализации диалога.

#### Библиография

Быкова О.Н. Языковое манипулирование: Материалы к энциклопедическому словарю «Культура русской речи» // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: Вестник Российской риторической ассоциации. Вып. 1 (8). – Красноярск, 1999.

Ворожбитова А.А. Алгоритмы и перспективы лингвориторического исследования аксиологической прагматики в динамике дискурсивных процессов социокультурно-образовательного пространства // Известия Социнского государственного университета. – 2013. – № 1-1 (23). – С. 177–181.

Ворожбитова А.А. Дискурс-текст как самоорганизующаяся система: лингвориторические ценности // Научный взгляд в будущее. – Выпуск 8. Том 2. – Одесса: КУПРИЕНКО СВ, 2018а. – С. 44–48.

Ворожбитова А.А. Лингвориторика: основы речевого самосовершенствования: учеб. пособие по дисциплинам «Культура речи», «Русский язык и культура речи», «Русский язык, культура речи и делового общения», «Речевая коммуникация», «Риторика», «Педагогическая риторика» // А.А. Ворожбитова. – 2-е изд., с изм. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2018б. – 176 с.

Громакова В.Г., Шевченко О.Н. Детерминанты гендерной дифференциации языка // Социальная политика и социология, 2014. – № 3 (104). – С. 53–63.

Короченский А.П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. – Ростов н/Д., 2002.

Кошарная С.А. Отражение в речевом поведении этнокультурных стереотипов // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты, 2019. – № 23. – С. 82–84.

Курцева З.И. Речевой поступок. Риторический и методический аспекты, – М., 2017.

Марков А.И. Проектирование маркетинговых коммуникаций. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2006.

Медицинский словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/medic2/26578>  
Михальская А.К. Язык российских СМИ как манипулирующая система // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Тезисы докладов международной научной конференции. – М., 2001.

Русский язык Что такое репутация? Как можно её заработать (и потерять)? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rus.stackexchange.com/help/whats-reputation>.

Сибата Т. Исследования языкового существования в течение 24 часов // Алпатов В.М., Вардудль И.Ф. (ред.) Языкознание в Японии, – М.: Радуга, 1983.

Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики // Редакция Ш. Балли и А. Сеше / Пер. с фр. А. Сухотина. Де Мауро Т. Биографические и критические заметки о Ф. де Соссюре. Примечания / Пер. с фр. С.В. Чистяковой. Под общ. ред. М.Э. Рут. – Екатеринбург. Изд-во Урал. университета, 1999. – 432 с.

Узенцова Е.А., Юрочкин Н.С. Развитие иноязычной дискурсивной компетенции в профессиональном становлении студентов неязыковых ВУЗов // Современные тенденции развития и перспективы внедрения инновационных технологий в машиностроении, образовании и экономике. – 2019. – Т. 5. – №1 (4). – С. 185–188.

Философская энциклопедия. Норма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_philosophy/837/НОРМА](https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/837/НОРМА).

Чиж О.К. Речевые средства воздействия на общественное сознание: языковое манипулирование в СМИ // Молодой ученый. – 2012. – №3. – С. 282–284. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL <https://moluch.ru/archive/38/4402/>.

Шарафутдинова Н.С. Теория и история лингвистической науки: учебное пособие / Н.С. Шарафутдинова. – изд. 2-е перераб. и доп. – М.: АСТ: Восток-Запад; Владимир: ВТК, 2008. – 381 с.

Шерстинова Т. Структура повседневного диалога как последовательность речевых актов. – Диалог, June 02, 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru/media/4394/sherstinova.pptx>

Шохин В.К., Абушенко В.Л. – Ценность. / Гуманитарная энциклопедия: Концепты // Центр гуманитарных технологий, 2002–2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/concepts/6895>

Austin J.L. (1962), *How To Do Things With Words*, Oxford University Press, Oxford.

Searle (1976), A classification of illocutionary acts, *Language in Society*, 5(1), – pp. 1–23.

Vorozhbitova A.A., Marchenko O.I., Timofeyev A.V., Issina G.I. "Planetary Linguistic Personality" Category and Bi/Polylinguistic Modeling of the Pedagogical Process of Higher School Professional Training: Sochi Linguistic and Rhetorical School // *European Journal of Contemporary Education*, 2018, 7(4): 882–892.

Vorozhbitova A.A., Yurieva A.V., Timofeyev A.V., Ignatyeva Olga V. Linguistic rhetorical ideal as a development factor of multiethnic, sociocultural and educational space in the aspect of the formation of a professional linguistic personality // *European Journal of Contemporary Education*, 2020, 9(1). S. 177–188.

Раздел V. Современный медиадискурс в контексте лингвориторической парадигмы

Part Five. Modern Media Discourse in the Context of Linguistic & Rhetorical Paradigm

**Роль речевой коммуникации в формировании имиджа  
специалиста по рекламе и связям с общественностью**

Аржанова Кристина Александровна

Российский университет дружбы народов, Россия  
117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6  
кандидат психологических наук  
E-mail: kristina.arzhanova@gmail.com

**Аннотация.** Тема исследования восприятия имиджа специалиста по рекламе и связям с общественностью является достаточно актуальной как среди российских, так и зарубежных ученых. Нельзя недооценивать влияние имиджа на восприятие профессии в целом. Изучение восприятия имиджей таких специалистов со стороны студентов, обучающихся по данному направлению, является крайне важным для понимания развития профессии и дальнейших шагов по ее совершенствованию. Целью исследования было выявление ключевых составляющих имиджа специалиста по рекламе и специалиста по связям с общественностью, роль речевой коммуникации, а также определение наиболее важных качеств для каждого из направлений.

**Ключевые слова:** речевая коммуникация, коммуникация, имидж, специалист по рекламе и связям с общественностью, коммуникационный навык, социальная психология.

УДК 316.6+659.4

**Role of speech communication in shaping an image of an advertising and public relations specialist**

Kristina A. Arzhanova

Peoples' Friendship University of Russia, Russia  
117198 Moscow, Miklukho-Maklaya Str., 6  
Candidate of Sciences (Psychology)  
E-mail: kristina.arzhanova@gmail.com

**Abstract.** The theme of the research concerning image perception of a specialist in advertising and public relations is quite topical among Russian and foreign scholars. One cannot underestimate the impact of an image on the perception of the profession as a whole. The analysis of the perception of the images of such specialists by students majoring in this area is extremely important for understanding the development of the profession and further steps in improving it. The purpose of the study is to identify the key components of the image of advertising and public relations specialists, the role of speech communication as well as determining the most important qualities for each of the areas.

**Keywords:** speech communication, communication, image, advertising and public relations specialist, communication skill, social psychology.

UDC 316.6+659.4

**Введение.** С научно-практической точки зрения актуальность темы данного исследования заключается в значимости изучения формирования имиджа специалиста по рекламе и связям с общественностью при помощи анализа восприятия имиджа со стороны будущих представителей данной профессии – студентов направления «Реклама и связи с общественностью».

Для того чтобы изучить восприятие имиджа специалиста по рекламе и связям с общественностью было проведено исследование методом ассоциативного эксперимента и частного семантического дифференциала. Оно проводилось в марте 2020 года среди студентов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» в Институте мировой экономики и бизнеса экономического факультета Российского университета дружбы народов. Целью исследования было выявление ключевых составляющих имиджа специалиста по рекламе и специалиста по связям с общественностью, роль речевой коммуникации, а также определение наиболее важных качеств для каждого из направлений.

**Материалы и методы.** Понимание ключевых составляющих имиджа специалиста по рекламе и связям с общественностью основывалось на Федеральном государственном образовательном стандарте высшего образования по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), утверждённом приказом Министерства образования и науки РФ № 997 от 11.08.2016 г.

Эмпирические методы исследования – ассоциативный эксперимент и метод частного семантического дифференциала. Исследовательский инструментальный был системно апробирован в рамках ряда диссертационных работ по выявлению социально-психологического механизма формирования имиджа, в том числе К.А. Аржановой.

**Обсуждение.** В соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), утверждённым приказом Министерства образования и науки РФ № 997 от 11.08.2016 г. область профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» включает в себя ряд составляющих:

- 1) коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- 2) техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- 3) технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;
- 4) общественное мнение [ФГОС ВО №997 2016; 3].

Как видно, коммуникационные процессы играют ключевую роль в деятельности вышеуказанных специалистов. Далее в стандарте указываются виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники по данному направлению, среди них также указывается коммуникационная деятельность как одна из ключевых, помимо организационно-управленческой, проектной, рекламно-информационной и др. Под коммуникационной деятельностью подразумевается работа по созданию эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации и участие в формировании и поддержании корпоративной культуры.

Если мы обратимся к компетенциям, которые должны быть сформированы у выпускника, в них также присутствуют компетенции, связанные с коммуникационным аспектом, такие как: *общекультурные компетенции ОК-5* (способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия); *ряд общепрофессиональных компетенций (ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5)*, связанные с работами над текстами, копирайтингом, планированием, организацией и проведением коммуникационных кампаний и мероприятий; *профессиональные компетенции (ПК-6, ПК-7)*, по коммуникационному виду деятельности – создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации, планирование, подготовка и проведение коммуникационных кампаний и мероприятий.

Если мы обратимся к профессиональному стандарту специалиста по связям с общественностью, в разделе «Обобщенная трудовая функция: реализация коммуникационной стратегии» мы также увидим перечисление трудовых функций, направленных на работу, связанную с коммуникациями: «организация взаимодействия со средствами массовой информации», «организация прямых коммуникаций» и др. [РАСО: 12].

В соответствии с этим «коммуникабельность» является ключевой составляющей имиджа специалиста по рекламе и связям с общественностью. Для понимания того, как воспринимают студенты, обучающиеся по направлению реклама и связи с общественностью, имидж специалиста по рекламе и связям с общественностью было проведено исследование. Также необходимо было подтвердить или опровергнуть, что данная компетенция является ключевой для специалиста по обоим направлениям – «Реклама» и «Связи с общественностью».

В рамках исследования формирования имиджа специалиста по рекламе и связям с общественностью нами было взято за основу следующее определение имиджа: «Имидж – социально-психологическое комплексное образование индивидуального, группового или массового сознания, создающее в нем представление о мнимых характеристиках объекта, основанное на субъективном восприятии, возникшее в результате действия социально-психологических механизмов» [Аржанова 2016: 29].

За основу изучения процесса восприятия был взят альтернативный (психосемантический) подход к исследованию «имплицитных теорий личности», основоположником которого являлся Дж. Келли (теория личностных конструктов). И.Н. Козлова согласно работе Келли, делает вывод, что «конструкт – логическая констатация связи, из которой путем дедукции может быть выведено объяснение данной фактической связи явлений» [Козлова 1976: 13]. «Двухполюсный конструкт обеспечивает человеку дихотомический выбор, и неважно, будет ли это выбор того, как ему воспринимать нечто или как ему действовать» [Келли 2000: 166].

Применив метод исследования семантических пространств (метод семантического дифференциала) Ч. Осгуда было проведено исследование восприятия имиджа специалиста по рекламе и связям с общественностью у студентов направления «Реклама и связи с общественностью».

Анализ значения в психосемантике происходит при помощи методов оценки семантического сходства, а построение субъективных семантических пространств является основным методом психосемантического подхода.

Для того чтобы составить шкалы частного семантического дифференциала было проведено промежуточное исследование – ассоциативный эксперимент. Испытуемыми стали 23 человека – студенты 1 и 3 курса направления «Реклама и связи с общественностью», обучающиеся в Институте мировой экономики и бизнеса экономического факультета Российского университета дружбы народов, поскольку именно эта категория людей составляет объект исследования. Возраст опрашиваемых был от 17 до 21 года.

В рамках ассоциативного эксперимента респондентам последовательно предлагалось назвать ассоциации, мысли и образы, которые приходили в голову при прочтении вопросов: «Каков, по Вашему мнению, положительный имидж специалиста по связям с общественностью?»; «Каков, по Вашему мнению, отрицательный имидж специалиста по связям с общественностью?»; «Каков, по Вашему мнению, положительный имидж специалиста по рекламе?»; «Каков, по Вашему мнению, отрицательный имидж специалиста по рекламе?»; «Ка-

ков, по Вашему мнению, имидж идеального специалиста по связям с общественностью?»; «Каков, по Вашему мнению, имидж идеального специалиста по рекламе?»

Подсчет прилагательных происходил следующим образом. Всего получилось 306 прилагательных. Была посчитана частота упоминания всех прилагательных и выписаны в таблицу те из них, которые повторялись в анкетах более трех раз. В итоге получилось 72 прилагательных, которые ранжировали по частоте упоминания.

Для построения шкал семантического дифференциала было решено выбрать наиболее часто упоминаемые характеристики, встречавшиеся чаще трех раз. Таким образом, осталось 21 прилагательное, повторяющееся не менее трех раз, которые были отнесены к имиджу специалиста по рекламе и связям с общественностью. Наибольшее количество раз упоминались два прилагательных «креативный» – 45 раз и «коммуникабельный» – 26 раз. Соответственно, необходимо было понять какое место они занимают в восприятии имиджа специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Для того, чтобы изучить восприятие имиджа специалиста по рекламе и связям с общественностью, были разработаны шкалы частного семантического дифференциала. Некоторые из выбранных прилагательных являются антонимами, вследствие чего были объединены в пары (креативный – некреативный, коммуникабельный – некоммуникабельный). В результате этого количество шкал составило 21 пару, наиболее точно характеризующую предмет исследования (Рис 1.).

Порядок шкал определялся случайным образом так, чтобы аналогичные понятия не располагались в одной части анкеты. Возможность нейтрального ответа была исключена путем введения четырехбалльной шкалы оценки.

Исследование проводилось среди 31 студента 3 курса направления «Реклама и связи с общественностью», в возрасте от 19 до 21 года.

**Рис 1. Шкалы частного семантического дифференциала**

1.	Креативный	Некреативный
2.	Коммуникабельный	Некоммуникабельный
3.	Образованный	Необразованный
4.	Этичный	Циничный
5.	Тактичный	Бестактный
6.	Современный	Консервативный
7.	Веселый	Серьезный
8.	Ответственный	Безответственный
9.	Добрый	Злой
10.	Трудолюбивый	Ленивый
11.	Внимательный	Невнимательный
12.	Активный	Пассивный
13.	Умный	Глупый
14.	Уверенный	Неуверенный
15.	Хитрый	Бесхитростный
16.	Сильный	Слабый
17.	Спокойный	Скандальный
18.	Целеустремленный	Пассивный
19.	Яркий	Серый
20.	Грамотный	Неграмотный
21.	Интересный	Скучный

Независимыми переменными в эксперименте являлись следующие понятия: «Хороший специалист по связям с общественностью», «Плохой специалист по связям с общественностью», «Хороший специалист по рекламе», «Плохой специалист по рекламе». Зависимые переменные были представлены шкалами семантического дифференциала. Основные этапы эксперимента были организованы следующим образом. Опрашиваемые поочередно получали к заполнению 4 бланка. Участники эксперимента отмечали по четырехбалльной шкале значения параметров между полюсами (например, креативный – некреативный), которые наиболее точно соответствовали их представлению об имидже специалиста рекламы или связей с общественностью.

Данные обрабатывались при помощи программы Microsoft Office Excel. На данном этапе исследования было необходимо обработать полученную информацию. В ходе обработки были построены профили, отражающие распределение каждой переменной шкалы. Для наглядного отображения данных их преобразовали в обобщенный вид, где ответ «+2» соответствует значению «0», «+1» – «1», «-1» – «2», «-2» – «3».

Были посчитаны средние значения всех переменных шкалы, отражающей восприятие «Хорошего специалиста по связям с общественностью» и «Плохого специалиста по связям с общественностью».

Профиль распределения, а также таблица распределения средних значений представлены на Рис. 2.



**Рис. 2. Профили распределения средних значений независимых переменных «Хороший/Плохой специалист по связям с общественностью»**



Как видно из диаграммы, были получены весьма сходные графики по распределениям средних значений данных независимых переменных. Профили «Хороший специалист по связям с общественностью» и «Плохой специалист по связям с общественностью» располагаются в противоположных областях шкал частного семантического дифференциала, вершины первого профиля направлены вверх, вершины второго – вниз.

Таким же образом были посчитаны средние значения всех переменных шкалы, отражающей восприятие «Хорошего специалиста по рекламе» и «Плохого специалиста по рекламе». Профиль распределения, а также таблица распределения средних значений представлены на Рис. 3.

**Рис. 3. Профили распределения средних значений независимых переменных «Хороший/Плохой специалист по рекламе»**



Необходимо было исследовать разницу в ключевых качествах имиджа специалиста по рекламе и специалиста по связям с общественностью. Для этого необходимо было сравнить профили распределения средних значений по специалисту по рекламе и специалисту по связям с общественностью. Оказалось, что более важным качеством для специалиста по связям с общественностью является «коммуникабельность», а не «креативность». Для специалиста по рекламе ровно наоборот – более важный навык «креативность», а затем «коммуникабельность».

Следовательно, студенты, обучающиеся по направлению «Реклама и связи с общественностью» относят к ключевым составляющим имиджа специалиста по связям с общественностью «коммуникабельность», что соответствует ключевым компетенциям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утверждённого приказом Министерства образования и науки РФ № 997 от 11.08.2016 г.: общекультурные компетенции (ОК-5), общепрофессиональные компетенции (ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5), профессиональные компетенции (ПК-6, ПК-7).

**Закключение.** Итак, имидж специалиста по рекламе и связям с общественностью – это сложное социально-психологическое комплексное образование индивидуального, группового или массового сознания, создающее в нем представление о мнимых характеристиках объекта, основанное на субъективном восприятии, возникшее в результате действия социально-психологических механизмов.

Нами было исследовано восприятие имиджа специалиста по рекламе и связям с общественностью, выявлены ключевые составляющие имиджа специалиста по рекламе и специалиста по связям с общественностью, определены наиболее важные качества для каждого из направлений.

Понимание ключевых составляющих имиджа специалиста по рекламе и связям с общественностью основывалось на Федеральном государственном образовательном стандарте высшего образования по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), утверждённом приказом Министерств-

ва образования и науки РФ № 997 от 11.08.2016 г. Следовательно, студенты, обучающиеся по направлению «Реклама и связи с общественностью» относят к ключевым составляющим имиджа специалиста по связям с общественностью «коммуникабельность», что соответствует ключевым компетенциям данного стандарта: общекультурные компетенции (ОК-5), общепрофессиональные компетенции (ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5), профессиональные компетенции (ПК-6, ПК-7). Более важной составляющей имиджа специалиста по рекламе респонденты посчитали «креативность», а затем «коммуникабельность».

#### **Библиография**

Аржанова К.А. Социально-психологические механизмы формирования имиджа политического лидера в процессе избирательной кампании: дис. кан. психол. наук: 19.00.05 / Аржанова Кристина Александровна. – М., 2016, – 214 с.

Келли Дж. Теория личности: Психология личностных конструктов / Джордж А. Келли; Пер. с англ. и науч. ред. А.А. Алексеева. – СПб.: «Речь», 2000. – 249 с.

Козлова И.Н. Теория личностных конструктов в современной психологии: экспериментальный и теоретический анализ: диссертация... кандидата психологических наук, – М. 1976. – 150 с.

РАСО // Профессиональный стандарт специалиста по связям с общественностью. URL:<https://drive.google.com/file/d/0B0MQY2BqV8swRS1TVGtNNEI4aDA/view> (дата обращения: 9.03.2020).

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата): утвержден Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997 // Портал федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. URL: <http://fgosvo.ru/uploadfiles/fgosvob/420301.pdf> (дата обращения: 9.03.2020).

## Релятивная единица как маркер новой референции имени в медиадискурсе

Бертякова Анна Николаевна

Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, Россия  
117485, г. Москва, ул. Академика Волгина, 6  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: anna\_lazzo@list.ru

**Аннотация.** В статье на примере предложно-падежных форм существительных *телефон*, *телевизор*, *компьютер* поднимается актуальная проблема кодирования/ декодирования релятивными единицами динамического смысла современного медиатекста. Предложно-падежная форма, закрепляя отмечаемую сознанием носителя языка семантическую трансформацию имени как результат внешних и внутренних преобразований обозначаемой им субстанции, становится маркером его новой референции.

**Ключевые слова:** медиатекст, релятивная единица, предложно-падежная форма, референция, падеж, предлог.

УДК 811.161.1'42

## Relational unit as a marker of a new name reference in media discourse

Anna N. Bertyakova

Pushkin State Russian Language Institute, Russia  
117485 Moscow, Akademika Volgina Str., 6  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: anna\_lazzo@list.ru

**Abstract.** Drawing on the corpus of prepositional case forms of such Russian nouns as *телефон* "telephone", *телевизор* "TV", *компьютер* "computer", the paper discusses the issue of coding / decoding the dynamic meaning denoted by relational units in modern media. It is found that the prepositional case form becomes a marker of new reference, entrenching the semantic transformation of the name in the consciousness of a native speaker as a result of external and internal transformations of the designated substance.

**Keywords:** media text, relational unit, prepositional case form, reference, case, preposition.

UDC 811.161.1'42

**Введение.** Сегодня масс-медиа являются важнейшим инструментом воздействия на общественное и индивидуальное сознание, политическую жизнь и культуру. Будучи важным инструментом организации свободного времени человека, средства массовой информации оказывают влияние на его социальное поведение, формируют индивидуальные психологические особенности, его речевую культуру. В этой связи встает актуальный всегда и в связи со сменой культурной парадигмы эпохи особенно актуальный сегодня вопрос о речевой норме. В профессиональном сообществе и в обывденном сознании сложилась устойчивая негативная оценка влияния СМИ на языковую культуру. Одним из многочисленных свидетельств этого является дискуссия, развернутая в Интернете на сайте <http://www.gramota.ru>

**Материалы и методы.** Материалом послужили научные источники, раскрывающие представление о релятивной единице языка как единице, порождающей в сознании носителя языка определенного смысла, как единице, маркирующей динамический характер, отмечаемых сознанием носителей языка сущностных характеристик обозначаемой именем субстанции. Ведущим в проведении исследования является гипотетико-дедуктивный метод, применение которого прогнозирует научно обоснованное построение хода исследования: отвечающую задачам исследования формулировку гипотез, их верификацию, анализ полученных результатов и их последующее обобщение.

**Обсуждение.** С уходом классической культуры, важнейшим признаком которой является принцип завершенности, на смену классическому тексту СМИ, главным признаком которого является некий завершенный смысл, приходит текст с динамичным смыслом, смыслом, растворенным в зачастую незавершенных структурах, в реальной и виртуальной реальности, в общих законах психологии. В этой связи для языковеда представляется актуальной проблема кодирования/ декодирования языковыми средствами этого глубинного, динамического смысла. Смысла, во многом прогнозируемого новой референцией имени, маркируемой предложно-падежной формой.

Падежная форма (на каком бы уровне синтаксиса она ни работала) способна однозначно участвовать в порождении нашим сознанием определенного смысла потому, что за ней стоит интуитивно улавливаемое носителями языка пространственное представление. Это находит подтверждение в структуре человеческой психики, к древнейшим оппозициям которой принадлежат пространственные представления [Леви-Стросс 1985].

Наиболее типичными случаями употребления предлогов обычно считаются пространственные употребления. Именно с них начиналось исследование семантики предлогов (см., например [Gougenheim 1959], [leech 1969], [Clark 1973]). Признак «п-мерности» встречается в работах, проводимых в рамках теории прототипов

(см., например [Welsche 1988]), а также в исследованиях когнитивного направления (см., например [Hottenroth 1991]).

Очевидно, прототипичность пространственных употреблений предлога определяется его синтаксической функцией маркера падежной категории, сущностную основу которой составляют пространственные отношения. Формирование субъект-объектного строя русского предложения (внутренний синтаксис) привело к тому, что конкретные падежи, оказавшись на периферии (внешний синтаксис), стали маркироваться предлогами [Якубинский 1953: 178–179].

Пространственная модель взаимоотношения объекта и предикативного признака включает понятие падежа как локуса, относительно которого выявляется активный признак. Базовые локативные значения ВНЕ ~ ВНУТРИ выступают в роли «эмбриона», из которого, постепенно обрастая новыми, более дифференцированными оттенками значения, развиваются различные конфигурации системы «имя–глагол» [Ильченко 2017: 136].

Маркируя в отдельном сегменте высказывания базовое локативное значение пространственной модели взаимоотношения объекта и предикативного признака, предлоги актуализируют семантическую сущность имени, склонную к трансформации в результате влияния внешней детерминанты, понимаемой в узком смысле как фактор, прогнозирующий новое состояние субстанции, ее новое содержание, нуждающееся в отображении языковыми средствами. См. реконструированное О.И. Валентиновой и М.А. Рыбаковым развернутое понимание детерминанты Г.П. Мельниковым [Валентинова, Рыбаков: 2019, 64; Валентинова, Рыбаков 2017: 171–172].

Так, непривычное сегодня употребление предложно-падежной формы **в телефон** в контексте глагола **говорить** еще во времена Чехова было единственно верным. Своей знакомой Ольге Васильевой А.П. Чехов дает 20 марта 1901 года из Ялты инструкцию. «Когда приедете в Гурзуф, то скажите мне об этом в телефон. Ялта соединена с Гурзуфом, потребуйте соединить с Ялтой, потом потребуйте Чехова, потом звоните... У меня в доме свой телефон». И шуточно добавляет: «Я ведь важный человек» (Рыбаков Юрий. Чехов и телефон // Труд-7, 2001.02.27).

Вначале телефонная лексика обладала особой «изобразительностью». Именно телефон, а не человек издавал звон, то есть *звонил*. Человек же направлял звуки внутрь аппарата, то есть *говорил в телефон*. Потребовалось время, чтобы изобразительность начала утрачиваться. Замена предлога **в** предлогом **по** означает, по видимому, что на смену конкретному пространственному изображению (направлению речи в аппарат) приходит абстрактная интерпретация. Наиболее близкой является аналогия с идеей связи и средства (или канала) такой связи: ср. *общаться по переписке* и *связаться по почте* и более современные – *разговаривать по скайпу* или *общаться по интернету* (*связаться по электронной почте*) [Кронгауз 2017: 200].

В то же время предложно-падежная **в телефон**, утратив актуальность в контексте глагола *говорить*, становится вполне органичной в контексте глаголов эмоционального состояния. При этом падежная локальная семантика предложно-падежной формы выступает как языковое средство актуализации иного смысла высказывания – психологического состояния субъекта действия. См. например:

1) *Блондинка лет тридцати с грустной нежностью смотрит на колечко на пальчике и вздыхает кому-то в телефон: «Да, приехал! Да, колечко подарил. Да, улетел* (Комсомольская правда, 2013.03.07);

2) *Хотя все уже было ясно... В ночь на 18 декабря я уже орал в телефон: «Мы буровую утопим и всех погубим!» Волной сорвало оба бота. Дали команду всем надеть гидрокостюмы* (Комсомольская правда, 2011.12.27);

3) *Через день он вернулся. Но только после того, как я накричал на него в телефон: «Возвращайся быстрее!», рассказал Саакашвили немецким журналистам* (Новый регион 2, 2008.08.27) и др.

Перевод содержания во всех его формах – текстовой, графической, звуковой – в цифровую обусловил один из наиболее значительных технологических процессов в современном обществе – конвергенцию (от лат. *converge* – приближаюсь, схожусь), на *технологическом* уровне рассматривающуюся как процесс, объединяющий все типы цифровой информации и медиаконтента в интегрирующихся телекоммуникационных, компьютерных сетях и медиа. Цифровой формат содержания позволяет осуществлять его распространение в различных формах вне зависимости от конкретной индустрии СМИ и технологических платформ [Вартанова 2011: 12].

У телефона появляется экран, он наряду с телевизором и компьютером становится многофункциональным конвергентным носителем. Современный мобильный телефон – это гаджет, объединяющий функции обычного сотового телефона и карманного компьютера. По нему можно осуществлять звонки, писать SMS, а также выходить в интернет и устанавливать различные приложения, удовлетворяющие запросам пользователя.

Лексика вновь становится изобразительна, передает новый пространственный образ субстанции, закрепляемый предложно-падежной формой имени.

По аналогии с предложно-падежной рамкой **на компьютере** в контексте глаголов **смотреть**, **слушать**, **включать**, **играть**, **хранить** и др. появляется предложно-падежная рамка **на телефоне**. Предлог, в отдельном сегменте мысли, актуализируя базовое локативное значения предложного падежа «вне», проецирует его семантической идеей направленности действия на поверхность. Ср. примеры:

1) *Перед играми чемпионата смотрю на телефоне запись этих мячей, чтобы зарядиться* (Советский спорт, 2012.02.06);

2) – *Они могут включить в маршрутке на телефоне свою музыку* (Комсомольская правда, 2013.05.13) и др.

3) *Не поверите, но первое что сделал муж – посмотрел содержимое флешки на компьютере* (Комсомольская правда, 2014.07.08);

4) *Разве что с большой выдержкой, но как тогда играть актерам? Пришлось **нарисовать на компьютере**. Кроме того, в картине есть немного чисто документальных кусков – стойбища оленеводов, свадебный ритуал* (Известия, 2014.06.26);

5) *Причем, игра **работает** на разных платформах – и на компьютере, и на мобильном телефоне* (Комсомольская правда, 2014.08.01) и др.

По аналогии с предложно-падежными формами *на компьютере, на телефоне* в контексте глагола с семантикой визуального восприятия появляется и ранее органичная исключительно контекстом глаголов с семантикой 'движения на, пребывания на поверхности' предложно-падежная форма *на телевизоре*.

Современный телевизор – это не только аппарат для приема телевизионных передач, телевизионный приемник, но и платформа для воспроизведения на большом экране контента. Ср. примеры:

1) *Как лучше **смотреть** кино – на большом экране через проектор или **на телевизоре** с внушительной диагональю и HD-разрешением?* (РБК Daily, 2011.03.05);

2) *Самый простой способ **смотреть** видео со смартфона или планшета на телевизоре* (Известия, 2013.09.05);

3) *Android 4.2 позволяет **смотреть на телевизоре** ролики с YouTube, но только в том случае, если он поддерживает технологию Miracast* (Комсомольская правда, 2012.10.30);

4) *Теперь я скачиваю из сети новинки кино и **смотрю** их на телевизоре, подключенном к компьютеру* (Труд-7, 2009.04.08) и др.

В контексте глаголов визуального восприятия становится органичной и предложно-падежная форма *в телефон*. Базовое локативное значения винительного падежа «внутри», маркируемое в отдельном сегменте мысли предлогом, актуализирует представление об объеме обозначаемой именем субстанции. См. примеры:

1) *А еще очень часто телефоны, айпады, айфоны находятся в общем доступе: дети претендуют на временную эксплуатацию устройства родителя, а родители в свою очередь не отказывают себе в **удовольствии заглянуть в телефон** или другой гаджет ребенка...* (Известия, 2012.05.31);

2) *А вице-президент Федерации тенниса России Сафин, умудряясь одним глазом **смотреть телефон** (эсэмс-переписка с кем-то из друзей не прекращалась у Марата ни на минуту), а другим – на корт, весело комментировал происходящее* (Советский спорт, 2011.03.04) и др.;

3) *Тот, бедняга, мечется по супермаркету и думает, как бы чего не забыть из продуктов. А тут **глянул в телефон** – полка для яиц пуста!* (Комсомольская правда, 2007.08.22) и др.

Вариативная локальная падежная семантика *вместилище – система* маркируется предложно-падежной формой *в телефон* в контексте глаголов *вставлять, встраивать, закачивать, загружать, хранить* и др. Ср.:

1) *Nokia старается позиционировать аппараты серии Asha в качестве альтернативы дешевым смартфонам на Android от китайских и индийских производителей, сохраняя акцент на востребованных в развивающихся странах функциях – поддержке нескольких SIM-карт, сжатии трафика, возможности использовать социальные сети с помощью **встроенных в телефон** средств.*

2) ***Встроенной в телефон** камерой уже никого не удивишь, сегодня она есть даже внедорожных моделях* (РБК Daily, 2006.11.09) и др.

3) *Приложения, иконки которых видны на экране SmartWatch, **предварительно закачиваются в телефон** через диспетчер LiveWare* (РБК Дейли, 2012.07.31);

4) *Если **в телефон** встроена система спутникового слежения, то не нужно даже сообщать оператору место своего пребывания...* (Комсомольская правда, 2004.02.12) и др.

Эта же вариативная локальная падежная семантика *вместилище – система – интернет пространство* маркируется и предложно-падежной формой *в телефоне* в контексте глаголов с общей семантической идеей пребывания, нахождения. Ср.:

1) *У меня **в телефоне** была американская «симка* (РБК Дейли, 2014.02.21);

2) ***В телефоне** представлен другой разъем для SIM-карты – nano-SIM, которые уже завезли в Россию компании МТС и «МегаФон»* (РБК Дейли, 2012.09.13) и др.

3) *У меня до сих пор **в телефоне** сохранились фотографии, которые она мне прислала из салона* (Комсомольская правда, 2013.10.09);

4) ***В телефоне** также установлено несколько приложений, которые несомненно будут полезны путешественнику: «компас», «секундомер», «мировое время», «конвертер единиц измерения»...* (Известия, 2013.08.19) и др.;

5) *Начинаю **шерстить сайты в телефоне** и понимаю, что всего за два часа до взрыва я заходила в этот магазинчик купить минералку* (Комсомольская правда, 2013.11.06);

6) *...самая главная фишка именно этой модификации камеры – наличие WiFi модуля и возможность **выгружать** свежезаписанное видео напрямую в интернет, используя **точку доступа в телефон**, например* (Известия, 2012.05.25) и др.

**Заключение.** Вопрос о речевой норме представляется целесообразным рассматривать исходя из способности релятивной единицы участвовать в порождении сознанием носителя языка определенного смысла. Предложно-падежная форма, закрепляя семантическую трансформацию имени как результат внешних и внутренних преобразований обозначаемой им субстанции, становится маркером новой референции имени, релятивной единицей кодирования/декодирования динамичного смысла современного медиадискурса.

### Библиография

- Валентинова О.И., Рыбаков М.А. Понятийное поле внутренней детерминанты в лингвистической концепции Г.П. Мельникова. *Филология и человек*. 2017. № 3. – С. 63–75.
- Валентинова О.И., Рыбаков М.А. Принцип порождения понятийных полей в лингвистической концепции Г.П. Мельникова *Вестник славянских культур*. – 2019. – Т. 51. – С. 168–183.
- Вартанова Е.Л. Человек и цифровая революция в СМИ: вызовы и проблемы // *Человек как субъект и объект медиапсихологии*. – Москва: МГУ имени М. В. Ломоносова / Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та, 2011. – С. 11–39.
- Ильченко О.С. Пространственные представления как основа категории падежа: датив в русском языке // *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2017. № 3. – С. 135–141.
- Кронгауз М.А. Русский язык на грани нервного срыва. – Москва: Издательство АСТ:CORPUS, 2017. – 512 с.
- Леви-Стросс К. Структурная антропология. – М.: Наука, 1985. – 536 с.
- Якубинский Л.П. История древнерусского языка. М.: Учпедгиз, 1953. – 368 с.
- Clark H. H. Space, time, semantics and the child // *Cognitive Development and the Acquisition of Language* / T. E. Moore (ed.). – New York, 1973.
- Gougenheim G. Y a-t-il des prepositions vides en francais? // *Le francais moderne*. – 1959. – XXVII / 1.
- Janda L.A., Clancy S.J. *The Case Book for Russian*. Bloomington: Slavica, 2002.
- Leech G. N. *Toward a semantic description of English*. – London, 1969.
- Hottenroth P. M. Präpositionen und Objektkonzepte: Ein kognitiv orientiertes, zweistufiges Modell für die Semantik lokaler Präpositionen // *Approaches to Prepositions* / G. Rauh (ed.). – Tübingen, 1991. – (Tübingen Beiträge zur Linguistik, 358).
- Welsche B. At ease with at II *Journal of Semantics*. 1988. – 5. <http://www.ruscorpora.ru/new/>

**Травелог как продающий текст: формирование коммуникативной компетентности бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью»**

Бугаева Ирина Владимировна

Российский государственный аграрный университет-МСХА им К.А. Тимирязева, Россия  
127550, г. Москва, ул. Тимирязевская, 49  
доктор филологических наук, профессор  
E-mail: bugaevaiv@mail.ru

**Аннотация.** Цель данной работы – поделиться опытом формирования коммуникативной компетентности бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» при работе с рекламными «продающими» текстами. На примере туристского жанра травелога описывается методика написания продающих текстов, основанная на адаптации классической формулы AIDA.

**Ключевые слова:** травелог, продающий текст, формула AIDA, коммуникативная компетентность  
УДК 81'27:659.4

**Travelogue as a selling text: Formation of the communicative competence of bachelor students in the "Advertising and Public Relations" field**

Irina V. Bugaeva

Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy, Russia  
127550 Moscow, Timiryazevskaya Str., 49  
Doctor of Sciences (Philology), Professor  
E-mail: bugaevaiv@mail.ru

**Abstract.** The purpose of this work is to share the experience of forming the communicative competence of bachelor students in the field of "Advertising and Public Relations" while working at advertising "selling" texts. Drawing on the tourist genre of travelogue, the author dwells on the technique for writing "selling" texts based on the adaptation of the classic AIDA formula.

**Keywords:** travelogue, "selling" text, AIDA formula, communicative competence

UDC 81'27:659.4

**Введение.** В современном мире с быстро меняющимися цифровыми технологиями появляются разные методики и учебные курсы, процесс преподавания становится разнообразным, но продолжается постоянный поиск эффективных методических приёмов. Цель данной работы – поделиться опытом формирования коммуникативной компетентности бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» при работе с рекламными «продающими» текстами. В настоящее время в генристике наблюдается тенденция трансформации традиционных жанров, появления у них новых функций. Так, жанр травелог, который известен как литературный дневник путешественника, в последнее десятилетие стал популярным рекламным жанром, во-первых, а во-вторых, из печатного текста преобразился в мультимодальный текст, включающий в себя единицы разных семиотических систем.

**Материалы и методы.** Методологической базой данной работы послужили труды российских и зарубежных ученых в области генристики [Басалаева 2011; Muhić 2015, Ozola 2014] и методики преподавания [Селезнева 2017, Ухова 2019]. Материалом послужили российские и зарубежные Интернет-источники.

**Обсуждение.** В настоящее время травелог как термин и жанр распространен преимущественно в рекламе туристических туров в Интернет-пространстве, где существуют многочисленные тревел-блоги на разных языках. С момента своего появления в 1904 году травелог представлял собой структурно-когнитивный комплекс, сочетающий элементы нескольких семиотических систем. Этот термин ввел знаменитый американский путешественник Бертон Холмс (Berton Holms), который использовал его на афишах. Б. Холмс часто выступал в американских университетах, чтобы представить широкой общественности материалы, артефакты, карты, привезенные из далёких путешествий. Свои лекции он обязательно сопровождал показом документальных фильмов и многочисленных фотографий [Бугаева 2019]. В предыдущих наших исследованиях мы описывали историю травелога и этапы его трансформации от дневника путешественника (в традиции Б. Холмса) до рекламного туристического жанра [Бугаева 2019, Bugaeva 2018]. Действительно, во многих странах термин «травелог» активен в сфере туризма и в личных блогах людей, желающих поделиться своими впечатлениями. Приведем пример популярного англоязычного шоу на Центральном телевидении Китая «Travelogue», цель которого – популяризация въездного туризма. Ведущие и участники шоу разными способами и приемами информируют о заповедных местах, природных и культурных достопримечательностях, тем самым приглашая к путешествию и активизируя интерес с помощью эмоциональных рассказов очевидцев. В России тоже много интересных природных и культурно-исторических мест, которые необходимо активно популяризировать как для внутреннего, так и для въездного туризма. Поэтому одной из задач подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» является обучение созданию так называемых продающих текстов.

В настоящее время в маркетинговой литературе на правах синонимов используются понятия *уникальный текст, продвигающий текст, SEO-текст, продающий текст*. Л.В. Ухова и Н.В. Аниськина призывают различать эти термины, объясняя принадлежность первых трех к сфере сбыта, а четвертого – к маркетингу. По

мнению исследователей, термин «продвигающий текст» наиболее точно выражает «особенности маркетинговой коммуникации, результатом которой не обязательно становится покупка товара, а термином продающий текст чаще пользуются копирайтеры-практики, цель которых – конечный результат» [Ухова 2019: 48]. Л.В. Ухова предлагает под продвигающим текстом понимать «коммуникативную единицу, функционирующую в пространстве маркетинговых коммуникаций, служащую целям эффективного воздействия на целевую аудиторию (привлечь внимание потребителя, запомниться ему, вызвать или помочь сформировать определенное эмоциональное отношение к заложенной в тексте информации и, в идеале, побудить к определенному действию и обладающую системой релевантных вербальных и невербальных средств его усиления/оптимизации» [Ухова 2019: 48-49].

Копирайтеры на многочисленных Интернет-сайтах предлагают свои определения продающего текста и делятся собственным опытом их создания. «Продающий текст – это маркетинговое послание, направленное на решение определенной проблемы читателя, посредством товара или услуги», – считает Т. Бацман. По ее мнению, «цель продающего текста – убедить читателя предпринять определенное действие: купить товар, воспользоваться услугой, подписаться на e-mail рассылку, скачать документ или стать подписчиком группы в соцсетях» [Бацман: Электронный ресурс].

Анализ многочисленных определений продающего текста с вышеприведенным определением продвигающего текста позволяет сделать вывод, что оба термина отличаются формулированием конечной цели. Но с точки зрения маркетинга, цель всё-таки одна: получить результат, то есть, прибыль за счет продажи товара или услуги. Перед преподавателями стоит собственная задача: научить студентов писать продающие/продвигающие тексты, выполняющие маркетинговую функцию.

Л.В. Селезнева выделяет три уровня в процессе текстообразования и показывает, как при этом формируются компетенции специалиста по связям с общественностью. Первый – это «уровень дискурса, изучение которого позволяет при создании текста учесть условия социальной ситуации, т.е. внелингвистические факторы, такие как установки, цели адресата и адресанта, фоновые знания, этнические и культурные особенности и т.п.» [Селезнева 2017: 94]. Второй уровень – это уровень текста, который «предполагает изучение конститутивных признаков текста». Третий уровень – это «уровень отдельного текста в его жанровом своеобразии» [Селезнева 2017: 94]. На примере жанра пресс-релиза Л.В. Селезнева предлагает эффективную методику подготовки PR-текста, выделяя три основные стратегии создания текста; три компетенции, которыми должен обладать PR-специалист для осуществления профессиональной деятельности, и три требования «текстуальности», которые лежат в основе лингвистики текста: внешняя связанность, внутренняя осмысленность и возможность своевременного восприятия [Селезнева 2017: 94].

Мы предлагаем методику обучения написанию продающих текстов, основанную на адаптации классической формулы AIDA, хорошо известной специалистам по связям с общественностью как одна из основных моделей организации рекламных и PR-кампаний. AIDA – аббревиатура четырех английских слов: Attention, Interest, Desire, Action. Четыре понятия и составляют четыре этапа написания продающего текста.

Attention – внимание. Первая часть успешного текста должна привлечь внимание потенциальных покупателей. С этой задачей обычно справляется привлекательный заголовок как структурный элемент текста. Чтобы успешно справиться с этой задачей, необходимо предварительно изучить интересы, мотивы, ценности и возможности разных групп потенциальной целевой аудитории, что позволяет составить портрет целевой аудитории и соотнести предлагаемый товар или услугу с ожиданиями потребителей.

Interest – интерес. Вторая часть продающего текста должна вызывать интерес у потенциального покупателя к предложению. Опытные копирайтеры кратко описывают выгоду, а также упоминают скидки, бонусы, акции, подарки и т.д.

Мы должны помнить о том, что у людей огромный выбор различных товаров или услуг. Выгода – это то, что получит человек в обмен на покупку товара: гарантию, бесплатную доставку, высокое качество, низкую цену. Помимо изучения потребностей клиентов, нужно проанализировать их возможные тревоги и страхи. Тогда в продающем тексте указывается, какую именно проблему решает предлагаемый продукт и на какие его характеристики следует обратить внимание. Если акцент сделан на интересах клиентов, то это приводит

Desire – желание. Третья часть текста детально описывает преимущества от приобретения предлагаемого товара или услуги. Это – самая яркая и красочная часть текста, в которой используются разнообразные стилистические средства выразительной речи. На этом этапе интерес представителей целевой аудитории перерастает в желание воспользоваться конкретным предложением.

Action – действие. В четвертой части текста приводятся аргументы в пользу незамедлительной покупки здесь и сейчас. Это призыв к конкретному действию, дополнительно мотивируется информацией об ограничениях по времени действия акций или количеству оставшегося товара.

Дополнительными элементами продающего текста являются различные иллюстрации, фотографии, инфографика, элементы дизайнерского оформления (цвет, шрифт, орнамент) в печатном тексте, музыкального сопровождения, тембра голоса в радио или телевизионной рекламе.

На примере жанра травелога продемонстрируем эффективность предложенной методики. Студенты получают задание написать текст о спортивном туризме в Греции по модели AIDA. Приведём в качестве примера один рекламный текст.

**Attention.** Внимание читателей привлекает заголовок *Спортивный туризм в Греции: как мы с друзьями классно провели праздники*. Во-первых, Греция у россиян в последние десятилетия ассоциируется в основном с пляжным отдыхом, экскурсиями по историческим местам и покупкой шуб. Спортивная тема мало присутствует в туристской рекламе. Во-вторых, внимание привлекает тот факт, что автор описывает личный опыт и впечатления, причем субъективная положительная оценка усиливается мнением друзей.



**Interest.** *С самых давних времен в Греции царит культ здорового тела, тут имеются богатейшие традиции в организации спортивных мероприятий. Поэтому на майские праздники мы с друзьями решили отправиться на родину Олимпийских игр, тем более, что цены на туры в Грецию заметно ниже, чем стоимость аналогичного отдыха в других странах Европы. А вам не хочется почувствовать себя античными атлетами?*

**Desire.** *Поскольку в Греции много гор, тут очень популярен альпинизм, рафтинг, горный велосипед, спелеология. Три дня в горах – впечатления на всю жизнь! А на побережье процветают водные виды спорта – виндсерфинг, водные лыжи, каноэ, спортивная рыбалка и пр. Мы попробовали всё!*

*В зимнее время работают горнолыжные курорты. Впереди еще новогодние праздники!*

*Спортивный отдых в Греции помогает кому-то снять моральную и физическую усталость и отвлечься от проблем, наслаждаясь красотами страны, а кому-то получить дозу адреналина в морских глубинах или на горных склонах.*

**Action.** *Вы уже сделали свой выбор? Мы – да! С MOUZENIDIS TRAVEL возможно всё! При покупке тура до... (указывается дата) скидка 10%. А если ваша компания больше 4 человек, то дополнительная скидка 5 % за каждого.*

Следующее задание – трансформировать традиционный рекламный текст в тревелог, как дневниковое описание от первого лица. Такой текст вызывает больше доверия у целевой аудитории, так как автор делится собственным опытом. Третий этап – трансформация в SEO-текст, а завершаем еще одним этапом – рерайтингом, то есть видоизменением текста с целью его продвижения с помощью разных маркетинговых каналов (SMM, контекстной рекламы и др.). Для анализа студентам также предлагаются тексты из Инстаграм, тревелог-сайтов, блогов и влогов, видеохостинга YouTube. Это дает возможность сравнивать особенности структуры текста для каждого канала передачи информации.

К тексту рекламного тревелога предъявляются следующие требования: наличие национального или регионального нарратива; описание от первого лица с указанием на собственный (псевдо-собственный) опыт, передача впечатлений, эмоций. Основа жанра тревелога – образ автора-друга, советующего, делящегося личным опытом. Также необходимо описать бытовую панораму страны/города (достопримечательности, традиции, привычки, сувениры, праздники и т.п.). Отметим, что в Интернете в настоящее время сформировалась группа копирайтеров, специализирующихся на туристских продающих текстах, что даже привело к появлению понятия «туристический копирайтинг» [[https://9writer.ru/kopiraiter\\_tematiki/turisticheskii\\_kopiraiting](https://9writer.ru/kopiraiter_tematiki/turisticheskii_kopiraiting)].

**Заключение.** Опыт работы свидетельствует, что подготовка бакалавров и магистров по направлению «Реклама и связи с общественностью», обладающих навыками создания эффективных продающих/продвигающих текстов, это – кропотливый процесс, который длится на протяжении нескольких лет в учебных дисциплинах «Основы копирайтинга», «Работа с текстами в рекламе и PR», «Редактирование рекламных и PR-текстов». Задача преподавателя – подготовить востребованных на рынке копирайтинговых услуг выпускников, способных создавать разные типы текстов, выполняющих основную маркетинговую функцию. Таким образом мы реализуем общепрофессиональную компетенцию ОПК-3 Федерального государственного образовательного стандарта Высшего образования направления подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, в соответствии с которой студенты должны обладать «базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования и копирайтинга» [ФГОС ВО – Электронный ресурс].

#### Библиография

Басалаева Е.Г., Ружа О.А. Интернет-тревелог: к вопросу о лингвистической интерпретации // *Образы Италии в русской словесности: Сб. статей / отв. ред. О.Б. Лебедева, Т.И. Печерская.* – Томск: Нац. иссл. Томский гос. ун-т, 2011. – С. 560–572.

Бацман Т. Что такое продающий текст [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://petr-panda.ru/chto-takoe-prodayushhij-tekst>

Бугаева И.В. Тревелог в рекламном дискурсе: трансформация жанра // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика*, 2019. Т. 9, № 1(30). – С. 37–42.

Селезнева Л.В. Методы и приемы формирования коммуникативной компетентности специалиста по связям с общественностью и рекламе // *Лингвориторическая парадигма: теоретические и практические аспекты*, 2017. № 22-2. – С. 93–96.

Ухова Л.В., Аниськина Н.В. Коммуникативно-стилевая мимикрия как важный прием создания «продвигающего» текста // *Маркетинговая лингвистика. Закономерности продвигающего текста: коллективная монография / под ред. Е.Г. Борисовой, Л.Г. Викуловой.* – М.: ФЛИНТА, 2019. – С. 48–56.

Федеральный государственный образовательный стандарт Высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=219255&fld=134&dst=100001,0&rnd=0.9230923727915192#07822605979896431>

Bugaeva I. Development of Communicative Competencies Through Innovative Technologies (Based on the Travelogue Genre) // *The European Proceedings of Social and Behavioral Sciences. Vol. XLXV. International Conference "Education Environment for the Information Age" (EEIA-2018).* Ed. by Sing Kai LO. Publ. by the Future Academy. Moscow, 2018. – pp. 129–137.

Muhic M. Reconstructing Empire or Striking Against it? Contemporary Travelogues of the Balkans // *The Balkans in Travel Writing / Ed. by M. Krivokapic.* Cambridge Scholars Publ., 2015. pp. 97–118.

Ozola D. Theoretical aspects on travelogue in modern literature // *Journal of Comparative Studies / Komparativistikas Almanahs*, 2014, Issue 6. – P. 81–91.

## Дивергенция общественных ценностей в аксиосфере современных российских медиа

Бурукина Ольга Алексеевна

Российский государственный гуманитарный университет, Россия  
125993 Москва, Миусская пл., 6  
кандидат филологических наук, доцент  
Университет Вааса, Финляндия  
65200 Vaasa, Wolffintie 34  
ст. исследователь  
Email: obur@mail.ru

**Аннотация.** Аксиосфера национальной культуры представляет собой не просто совокупность ценностей в жизни этноса, а интегральную систему ценностных связей и отношений к обществу и окружающему миру. Анализируя трансформации, происходящие в системе ценностей российских медиа как лидеров и трансформаторов общественного мнения, автор выявляет актуальные тенденции, происходящие в российской медиасреде и в национальной системе русских ценностей. Рекламные теле- и видеоролики, проанализированные в статье, подтверждают концепцию автора об инволюции аксиосферы современных российских медиа и о дивергенции фундаментальных ценностей, входящих в систему национальных и общественных ценностей русской культуры и менталитета. Автор выдвигает концепцию компонентного состава системы русских ценностей как основы русской культуры и менталитета, а именно включение в нее значимых образов и концептов помимо чувств, автостереотипов и ключевых паттернов человеческих взаимоотношений.

**Ключевые слова:** общественные ценности, аксиосфера, современные российские медиа, инволюция, дивергенция, русская культура, русский менталитет.

УДК 130.2

## Divergence of public values in the axiosphere of modern Russian media

Olga A. Burukina

The Russian State University for the Humanities, Russia  
125993 Moscow, Miusskaya Square, 6  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
University of Vaasa, Finland  
65200 Vaasa, Wolffintie 34  
PhD researcher  
Email: obur@mail.ru

**Abstract.** The axiosphere of national culture is not just a combination of values in the life of an ethnos, but an integral system of value ties and relations to society and the world around it. By analyzing the transformations undergoing in the system of values of Russian media as leaders and transformers of public opinion, the author identifies current trends in the Russian media and in the national system of Russian values. The television and video commercials analyzed in the article confirm the author's concept of the current involution of the axiosphere of modern Russian media and the divergence of fundamental values that are part of the system of national and public values of Russian culture and mentality. The author brings forward the concept of the component composition of the system of Russian values as the basis of Russian culture and mentality, namely, the inclusion of significant images and concepts in addition to the feelings and key patterns of human relationships.

**Keywords:** social values, axiosphere, modern Russian media, involution, divergence, Russian culture, Russian mentality.

UDC 130.2

*«Высокоразвитая система ценностей похожа на компас. Она служит путеводителем, чтобы указывать вам правильное направление, когда вы потерялись».  
Идову Коуеникан<sup>1</sup>*

**Введение.** Тема статьи имеет теоретико-методологическую направленность, ее цель – анализ аксиосферы современных российских медиа и разработка концепций инволюции аксиосферы российских СМИ и дивергенции общественных ценностей в российских средствах массовой информации. На основе системного обзора научных исследований и теле- и видеорекламы автором выявляются значимые для русской культуры общест-

---

<sup>1</sup> Идову Коуеникан – автор бестселлеров, в том числе книги «*Богатство для всех: жизнь на пути к успеху на грани ваших способностей*».

венные ценности, подвергшиеся процессу дивергенции в современных российских медиа, а именно на телевидении и в Рунете.

Система национальных и общественных убеждений и ценностей, имеющих основополагающее значение для понимания мира и жизни в мире, обеспечивает нормы общественного поведения и мотивации к действию. В совокупность этих принципов в развитых государствах входят ценность человеческой личности, свобода, равенство, семья, понятие справедливости и права человека, а также значимость образования. Кроме того, одним из наиболее важных элементов мировой культуры является идея развития и прогресса [Henderson & McEwen 2005]. Как и другие элементы мировой культуры, такие как права человека, справедливость и равенство, идеи прогресса и развития являются социальными конструкциями, влияющими на принятие решений, поведение и социальные изменения [Thornton et al. 2012].

Системы национальных ценностей, во-первых, являются неотъемлемой частью общественного развития, они отражают чувство идентичности и благополучия сообщества как в культурном, так и в психологическом плане. Во-вторых, ценностям следуют, потому что они имеют экзистенциальные последствия. Подразумевается, что неспособность усвоить и реализовать национальные ценности, будет иметь негативные последствия для физического и материального благополучия членов любого этноса [Chee 1995].

Что касается системы общественных ценностей, то такие ценности, как служение нации ради ее блага, гражданская ответственность, чувство преданности и патриотизм во многих странах рассматриваются как добродетели, которые необходимо поощрять и культивировать [Там же]. Отметим, что особую актуальность для коллективной языковой личности этноса, совокупной языковой личности этносоциума в аспекте дискурсивно-текстовой деятельности приобретают лингвориторические ценности [Ворожитова 2018, 2003].

**Материалы и методы.** Основываясь на системном подходе к рассмотрению вопросов эволюции и инволюции аксиосферы и дивергенции систем общественных ценностей, в качестве эмпирической базы исследования автор использует рекламные ролики, транслировавшиеся в сети Интернет (в частности на сайте YouTube), а также на популярных каналах российского телевидения в 2016–2019 гг., а именно на каналах Первый, Россия, НТВ, СТС и ТВ3. Примененный для анализа эмпирической базы исследовательский инструментарий основывался на аксиологическом подходе и включал в себя структурно-функциональный и социально-психологический методы, а также методы наблюдения и компаративного анализа, контент-анализ содержания рекламных роликов, приемы концептуализации и обобщения.

**Обсуждение. Система ценностей** – концепция, имеющая вариативный характер (множественные системы ценностей). С одной стороны, система ценностей – это индивидуалистическая концепция, имеющая сугубо индивидуальный характер, которая может быть определена следующим образом (Value system 2019):

(1) Система ценностей – это иерархия ценностных принципов, которую имеют все моральные существа, и которая каждый раз отражается на их выборе. Система ценностей формируется личными достоинствами и/или пороками и персональным опытом. Таким образом, системы ценностей большинства людей отличаются друг от друга.

(2) Система ценностей – совокупность личных стандартов и самодисциплина человека, устанавливающиеся на основе здравого смысла и знания того, каковы надлежащие моральные правила и дисциплина, а также степень готовности соблюдать их и желать их соблюдения от других [Value system 2019].

С другой стороны, системы личных ценностей формируются относительно национальных культурных ценностей: либо в соответствии с существующими национально-культурными нормами, либо в отклонении от них. С точки зрения теории ценностей, культура представляет собой социальную систему, основывающуюся на совокупности общих национальных ценностей, создающих социальные ожидания и коллективное понимание добра, красоты и конструктивности. Без нормативно обусловленных личных ценностей не было бы культурного эталона, с помощью которого можно было бы измерить достоинство индивидуальных ценностей и, как следствие, распалась бы культурная идентичность [Islam 2014].

Системы личных ценностей обеспечивают внутреннюю опору, позволяя каждый раз определять, что хорошо, важно, полезно, красиво, желательно и конструктивно. Ценности являются одним из факторов, которые порождают поведение [Rokeach 1973] и влияют на выбор, сделанный человеком в каждом конкретном случае.

По мнению И.В. Ерофеевой, сосуществуя, люди создают неповторимый текст культурного пространства, объединяющий разнообразные потоки представлений, среди которых наиболее значимыми являются те, что воспроизводят глубокие культурные смыслы и ценности [Ерофеева 2009: 4].

Сопоставительный анализ общественных и личных ценностей индивидов, принадлежащих к разным этносам и культурам, предоставляет ответы на вопросы, почему люди поступают так или иначе, и чем именно они руководствуются в своих предпочтениях. Жесткая дифференциация и отставание собственных моральных, религиозных и личных ценностей может приводить к конфликтам, возникающим как следствие столкновения различных мировоззрений [Maiese 2003].

Со временем публичное выражение личных ценностей, которые группы людей считают важными в своей повседневной жизни, закладывает основы права, обычаев и традиций [Roth 2013]. Согласно исследованиям потребительского поведения, существуют шесть внутренних ценностей и три внешних ценности, известные в управленческих исследованиях как список ценностей (List of Values, LOV), включающий в себя чувство собственного достоинства, теплые взаимоотношения / эмоциональную привязанность, чувство выполненного долга, самореализацию, радость и удовольствие, воодушевление, чувство принадлежности (к определенному сообществу, месту, нации), (многомерное) чувство уважения и чувство безопасности. С функциональной точки зрения эти ценности подразделяются на три области: область межличностных отношений, личные факторы и неличные факторы [Hoyer et al. 2012].

С этноцентрической точки зрения, можно предположить, что один и тот же набор ценностей не будет в равной мере разделяться и поддерживаться двумя группами людей из двух разных стран. Хотя основополагающие ценности – общечеловеческие – связаны между собой, индивидуальное присвоение ценностей в процессе становления человеческой личности может значительно отличаться в зависимости от культурной самобытности человека [Mooij 2004].

С другой стороны, системы ценностей носят общественный характер и существуют на двух уровнях и в двух функциональных аспектах: система общественных ценностей как часть социально-политической жизни государства и система национальных ценностей как часть социально-культурной жизни конкретного этноса.

**Общественные ценности и национальные ценности.** Общественные ценности составляют основу общественной жизни, наделяя общественно полезным смыслом деятельность каждого члена общества. Общественные ценности – это ценности, которые государство, организации и члены вносят в общество. Данный термин был введен профессором Гарвардского университета Марком Муром. Предполагается, что общественные ценности способствуют пониманию того, что любая общественно значимая деятельность – как государственная, так и предпринимательская – должна способствовать общему благу. В настоящее время понятие общественной ценности больше не ограничивается государственным сектором, а распространяется на все типы организаций, включая неправительственные организации и коммерческие компании [Meunhardt 2009].

В социально-психологической концепции общественные ценности для людей возникают из опыта, накопленного в социальных структурах и отношениях. Следовательно, они могут рассматриваться как предпосылки и ресурсы для успешной жизни [Там же].

Общественные ценности, формируемые в рамках политического дискурса, служат трем различным целям: (1) продвижение и достижение идеологических и/или политических целей, (2) мобилизация населения и (3) содействие межрегиональной солидарности и идентичности. В первом случае политические деятели часто стремятся продвигать определенную политику, сопоставляя ее с предполагаемыми ценностями народонаселения конкретной страны.

Идея общих ценностей играет роль значимого инструмента в формировании и укреплении национальной идентичности в многонациональных государствах. Национальные ценности способствуют определению коллективной концепции национальной идентичности, пониманию того, кем мы являемся как народ, что связывает нас вместе, в то же время отличая нас от других [Henderson & McEwen 2005].

Национальная идентичность не предоставляется нации как некая данность свыше, она создается. И построение национальной идентичности – это политический процесс, служащий политическим целям. Общая национальная идентичность укрепляет народное единство и согласие, поддерживает легитимность государства и систему правления. Чувство общей национальной идентичности и взаимной принадлежности не появляется из ниоткуда. Несмотря на исторические и социальные процессы, способствующие формированию у этноса чувства общности и взаимной принадлежности, национальная идентичность питается и поддерживается действиями и дискурсами политических элит, действующих в первую очередь через СМИ [ibid.].

Изучение изменений в системе ценностей связано с рядом проблем. Помимо сложных задач отслеживания и объяснения изменений в общественных ценностях [Beck Jørgensen 2009], наиболее серьезной проблемой является отсутствие данных. На протяжении всей истории исследования общественных и национальных ценностей нахождение надежных эмпирических источников представляло значительные затруднения. Так, в системе общественных ценностей единственным надежным источником в западноевропейском дискурсе, по мнению Т.Б. Йоргенсена и М. Рутгерса, могут служить лишь нормативные трактаты о том, как должен вести себя государственный служащий [ibid.].

Принимая во внимание тот факт, что общественные ценности являются нематериальными явлениями и часто требуют контекста и интерпретации для придания им смысла, эмпирическое исследование динамики ценностей представляет собой серьезную проблему.

Тем не менее, по нашему мнению, существует конкретный источник эмпирических данных об общественных и национальных ценностях, предоставляющий возможность изучать их изменения в динамике. Речь идет о рекламных сообщениях: рекламных объявлениях на билбордах, флаерах и особенно телевизионной и видеорекламе в диахронии.

Отрицательной характеристикой рекламы как источника эмпирических данных являются ее субъективный характер, «ангажированность» под запросы заказчика и «заточенность» на целевую аудиторию.

Однако телевизионная и видеореклама по большей части нацелены на широкий охват потребителей, включая в себя как конкретные целевые аудитории, так и потенциальных потребителей, именно поэтому коммерческая реклама сегодня пронизывает телетрансляцию и Интернет-ресурсы. Кроме того, поскольку основной целью теле- и видеорекламы, по идее, остается продвижение товаров и услуг, создатели рекламного контента прилагают максимум усилий к тому, чтобы привлекать и удерживать потребителей, используя все возможные средства, в том числе и средства со сниженной моралью, этикой и эстетикой.

**Аксиосфера современных российских медиа.** В современном информационном пространстве медиатекст становится эффективным проводником новых социальных, культурных и духовных явлений общественного бытия [Ерофеева 2009], использующим для этой цели разнообразный инструментарий.

Ч.У. Моррис выделяет три уровня исследования аксиосферы медиатекста: физический (прагматика), структурно-семиотический (синтактика) и концептуальный (семантика) [Morris 1938]. Прагматика медиатекста демонстрирует основные механизмы взаимодействия с аудиторией с учетом ее основных культурных интересов, синтактика позволяет манипулировать национальным менталитетом, а семантика предлагает совокупность конкретных ценностей, проявляющих себя в рамках медиатекста как концепты и архетипы [ibid.].

Как справедливо указывает И.В. Ерофеева, рождение ценностной сферы СМИ – процесс далеко не однозначный: авторы медиатекстов как носители определенного «национального самосознания нацелены на репрезентацию исконных смыслов, но изменчивая мода социальной реальности корректирует традиционную философию», принципы вертикальной глобализации ее трансформируют, а законы медиарынка вносят свои правки [Ерофеева 2009: 4].

**Дивергенция общественных ценностей.** В разных научных дисциплинах понятие дивергенции обозначает процесс расхождения в ходе эволюции или более локального развития каких-либо процессов: расхождение признаков и свойств у изначально близких групп организмов (в биологии), появление новых инвариантных или вариантных единиц языков (в языкознании), расхождение литосферных плит (в тектонике) и т.д.

Под *дивергенцией национальных ценностей* мы понимаем их вариативность в системе общественных взаимоотношений, а именно развитие не в интегральной связи с традиционной системой русских национальных и общественных ценностей, а в их оторванности от традиционной системы ценностей, складывавшейся на протяжении нескольких столетий и служившей надежной основой русской культуры и менталитета.

На основе проведенного нами анализа русской культуры была выделена совокупность русских национальных ценностей, включающая в себя в первую очередь *достоинство* и *уважение*, *терпимость* и *сострадание*, *равенство* и *справедливость* в обращении с другими людьми.

**Уважение** – одно из важнейших составляющих нравственности, детерминирующее такое отношение к людям, в котором практически признается *достоинство личности* [Уважение 1981]. Важно подчеркнуть, что достоинство личности подразумевается и уважение проявляется в определенных социальных условиях жизни общества, а также в соответствующих мотивах и действиях его членов.

Моральные принципы, являющиеся основой коллективного сознания, включают в себя уважение как одну из фундаментальных основ взаимоотношений между членами общества наряду с принципами равенства прав и справедливости, доверием, вежливостью и заботой [ibid.].

Мы согласны с мнением О.В. Власовой, констатирующей, что в последние три десятилетия в России ввиду ошутимой девальвации ценностей активно проходит процесс человекоцентрированного поиска новых приоритетов общественного развития [Власова 2011]. При этом *принцип уважения достоинства личности* должен составлять фундаментальную основу системы общественно значимых ценностей.

По нашему мнению, помимо чувств в совокупность русских национальных ценностей входят и значимые образы, и концепты. По справедливому утверждению М.В. Мелексетян, главными образами в русской культуре являются материнские образы: матери-земли, Богоматери и матери, – сохранившиеся с древнейших времен до наших дней. По мнению исследователя, в русской поэзии XX века высшим достижением в развитии образа матери постепенно стал образ Родины, берущий истоки от образа матери-земли, эволюционировавший через память о малой родине, через призму войн и социальных потрясений, то есть земной образ личной матери возвысился до общезначимого уровня образа Родины [Мелексетян 2009: 210].

Таким образом, образ матери сам по себе представляет собой фундаментальную ценность русской культуры, играющую основополагающую роль в русском менталитете как основы восприятия мира и стереотипа поведения.

Однако в современной телевизионной и видеорекламе имеет место дискредитация образа матери в обеих ипостасях – и образа матери-Родины (а именно малой Родины), и образа матери на бытовом уровне, как и образа жены.

«Ненавязчивую» дискредитацию малой Родины нетрудно заметить в телерекламе МТС – сразу в нескольких роликах.

Так, в одном из роликов с Д. Нагиевым и М. Горбань в роли его жены (2016 г.) раздосадованная невниманием мужа жена за рулем автомобиля пытается завезти его туда, где нет сети Интернета 4G от МТС: они заезжают во дворы, под эстакады, наконец, приезжают в деревню: героиня М. Горбань, стоя на фоне новенькой красной машины, хлопает атакующих ее комаров, мимо нее на заднем плане проходит «старушка», толкающая перед собой груженую самодельную тачку, сделанную из жестяного корыта, а Д. Нагиев, в следующем кадре проходя между двух деревянных строений и козы, спрашивает с соответствующей уничижительной интонацией:

– Маша, где это мы? Маш, ты что, выросла здесь?

Диктор бодро цитирует знакомый рекламный слоган: «МТС. Ты знаешь, что можешь».

И в заключительном кадре ролика Д. Нагиев, садясь в машину с белой курицей в левой руке и мобильным телефоном в правой, глядя в мобильный телефон, не упускает случая еще раз унижить свою жену, рассматривающую бумажную карту:

– Что, Маш, заблудилась?

– Маршрут построен, – сообщает ему навигатор в мобильном телефоне.

– Маршрут построен, – вторит ему герой Д. Нагиева. И, театрально обращаясь к курице, командует:

– Поехали домой, цыпочка моя!

Диктор бодро подытоживает: «От 4G не уедешь. Более 27 тысяч вышек – самая большая сеть 4G в России. Скоростной и надежный Интернет. МТС. Ты знаешь, что можешь».

В следующем кадре герой Д. Нагиева пританцовывает, сидя в машине, которую ведет его жена. На ее вопрос «Когда ты уже закончишь танцевать?» он отвечает:

– Когда ты уедешь от 4G!

Ответ героя Д. Нагиева подхватывает диктор: «Значит никогда! Ведь от 4G не уедешь: более 27 тысяч вышек – самая большая сеть 4G в России. Скоростной и надежный Интернет. МТС. Ты знаешь, что можешь».

Еще один рекламный ролик МТС «Не тариф – тарифище!» (2016 г.) дискредитирует образ Родины в не менее «завуалированной» форме. В первом кадре герой Д. Нагиева сидит в лодке с мускулистым молодым человеком, повернутым спиной к экрану и, вероятно, с мобильным телефоном в руках, посреди большого озера и заявляет (впрочем, без особой радости):

– Вымахал. Не сын – сынище! Сын страны своей. Вокруг посмотри! (Молодой человек никак не реагирует на этот призыв – видимо, призыв посмотреть на свою страну его не воодушевляет.)

– Речища течет. Деревяща растут. А люди? Человечищи!

Примечателен видеоряд данного ролика: по дороге на встречу камере с голубым пластиковым пакетом в правой руке идет одетый то ли в куртку, то ли в телогрейку мужчина в сопровождении медведя, придерживая его левой рукой.

– И чтобы общаться, им нужен не просто безлимитный тариф, а безлимитище!

В следующем кадре зритель видит накрытый в деревне свадебный стол. И все бы хорошо, да с левой стороны экрана отчетливо видны развалины деревянного строения – то ли колодца, то ли сарая, то ли курятника. Часть гостей сидит на деревянных табуретках, одна из которых падает, привлекая внимание.

Далее мы видим молодую женщину в летнем платье, косынке и, видимо, сапогах, стоящую у дороги. На втором плане – неприглядное серое деревянное строение, видимо сарай.

В завершающем кадре герой Д. Нагиева вновь обращается к своему «сыну», листавшему в мобильном телефоне посты с фотографиями девушек:

– Алё? Ты слушаешь меня вообще? Ручищи от Интернета убрал!

Диктор подводит итог: «Тариф SMART БЕЗЛИМИТИЩЕ: безлимитные интернет и звонки на МТС даже в поездках по России всего за 12,90 в сутки. МТС: ты знаешь, что можешь!».

В последний кадр вплывает еще одна лодка с двумя рыбаками, и один из них спрашивает: «Ну, как?»

На что герой Д. Нагиева, отрываясь от мобильного в руках своего «сына», отвечает: «Пока 1:0».

И диктор еще раз делает объявление: «Смотри онлайн-трансляции матчей с тарифом SMART БЕЗЛИМИТИЩЕ: безлимитные интернет и звонки на МТС даже в поездках по России всего за 12,90 в сутки. МТС: ты знаешь, что можешь!». В данном контексте частица «даже» звучит двусмысленно.

Дискредитация образа матери-Родины непосредственно связана с подрывом двух основных ценностей русской культуры, неразрывно связанных между собой: *достоинства человеческой личности и уважения*.

**Дискредитация достоинства человеческой личности и уважения** проявляется в нескольких вариантах, в том числе в дискредитации уважения к жене и матери и дискредитации уважения к незнакомым и малознакомым людям – и соотечественникам, и иностранцам.

**Уважение к жене и матери.** Дискредитация семьи и особенно подрыв авторитета жены и матери, по нашему мнению, представляет собой нарастающую угрозу для русской культуры и менталитета, поскольку образ матери в русской культуре имеет сакральные смыслы (мама, Матерь Божия и Родина-мать) и играет фундаментальную роль в формировании и развитии русского менталитета. При этом образ матери является одной из составляющих триединого образа женщины в русской культуре: жены, матери и хранительницы домашнего очага.

К сожалению, аксиосфера российских медиа достигла такого уровня инволюции, что авторы креативного контента считают вполне допустимым троллинг образа жены и матери.

Так, в телерекламе МТС 2016 г. в одном из роликов с Д. Нагиевым и М. Горбань в роли его жены между актерами в машине происходит следующий диалог:

– Маш, ты не видела мой теле...

– Ты вчера добавил ее в друзья и весь вечер переписывался с ней.

– Это не считается.

– Ты лайкал ее фотки...

– Не считается.

– Да? За 5 минут отправил 10 видео.

– Не считается...

Жена хлопает его по руке, швыряет в него его мобильный (почему-то в красном чехле, дисгармонирующим с брутальным образом Д. Нагиева) и выскакивает из машины. В следующем кадре главный герой сидит в машине, умильно рассматривая что-то в своем мобильном телефоне – вероятно, фотографии своей знакомой – под бодрое утверждение диктора: «И это правда не считается! Подключи тариф SMART и наслаждайся бесплатным трафиком в соцсетях с надежным 4G Интернетом от МТС».

В заключительной сцене ролика герой Д. Нагиева стоит у подножия своего двухэтажного дома, с открытой веранды которого его жена сбрасывает вниз его одежду и чемодан. Д. Нагиев в образе мужа увещевает разбушевавшуюся жену:

– Но я же тебе подарил этот дом.

– А это не считается!

– Это твой борщ не считается! – отвечает герой Д. Нагиева, перечеркивая таким образом все старания своей жены.

«МТС. Ты знаешь, что можешь!» – бодро подводит итог диктор, создавая недвусмысленные ассоциации.

Еще один пример. В рекламном ролике *МТС Honor 9X* 2019 г. «Не накрашенная» жена (или любимая девушка) главного героя представлена в двух ипостасях: то в виде неуравновешенной истерички и даже ведьмы, то в виде алчной стервы, мгновенно успокаивающейся при посуле дешевых подарков. Диалог, сопровождаю-

щий видеоряд, имеет следующее содержание: девушка в коротком халате с намотанным на волосы полотенцем идет по квартире к своему молодому человеку, поглаживая уютно устроившегося у нее на руках черного кота:

– Какой чудесный день, Миш! Давай запомним его навсегда!

– А давай! – подхватывает молодой человек и фотографирует ее на камеру своего мобильного.

– Ты что сделал? – Неожиданно гневается девушка, снимая с головы полотенце.

– Сфоткал тебя, – отвечает молодой человек.

– Не покрашенной? Покажи! – кричит его подруга, странно дергая головой и протягивая к нему руку со скрюченными пальцами.

– Уже в соцсеть выложил.

– Нет! – Кричит женщина, стирая руки, а ее черный кот громко мяукает, ощерив пасть.

– Это же Ноног 9X – идеальные фото с первого раза, – терпеливо поясняет молодой человек, показывая девушке экран своего мобильного.

Его подруга мгновенно успокаивается:

– А-а! А я-то, глупышка, перенервничала...

И диктор радостно рекламирует: «Купи Ноног 9X или другой Ноног в МТС и получи кэшбэк до 25% уже на следующий день».

Молодой человек слышит звуковое СМС-оповещение и, глядя в мобильный телефон, говорит: «О!» А его подруга снова в образе ведьмы вопрошает:

– Кто тебе пишет?

– Кэшбэк пришел... Тебе на наушники!..

И девушка начинает по-детски прыгать от радости, зажав кулачки: «И-и-и!», бурно (и явно не совсем адекватно) обрадовавшись неприятительному подарку.

Еще одним отрицательным примером трансформации отношения к образу жены и матери может служить рекламный ролик Интернет-магазина *eApteka*, представляющий семью из трех человек – отца, мать и дочь, – в семейном автомобиле: мать семейства за рулем, отец – справа от водителя, дочь-подросток на заднем сиденье. Вся семья играет в «слова» (ведущий называет слово, следующий по очереди называет слово на последнюю букву предыдущего и т.д.) на тему «Здоровье»: отец семейства под видом своего слова на букву «д» говорит «диагноз», вздохом и соответствующей интонацией обреченности выражая неодобрение и неудовлетворенность действиями своей жены, которая неожиданно и, возможно, слишком резко тормозит. Дочь и жена, видимо, привыкшие к подобным едким замечаниям отца и мужа, невозмутимо продолжают игру: дочь бодро называет слово на «з» – «здоровье», а ее мать – слово, которое она видит на уличной рекламе и ради которого был задуман и разыгран весь этот фарс, – “eapteka”. Дочь начинает спорить, что слово «аптека» начинается на букву «а», на что ее мать отвечает: «А вот и нет». И диктор радостно подытоживает: «Аптека переехала на eapteka.ru».

Сюжет данного ролика, с одной стороны, чрезвычайно прост и незатейлив, а с другой – в игру «ненавязчиво вплетено» проявление домашнего насилия, а именно психологическое (эмоциональное, или моральное) насилие, проявляющееся в виде вербальной агрессии – высказываний, имеющих целью вызвать у человека обиду или раздражение, а также принижения способностей и/или достижений другого человека [Maiuro & O’Leary 2000].

Еще одним примером развенчания ценности уважения к матери посредством дискредитации материнской заботы, по нашему мнению, может служить телевизионная реклама «Данон зернёный творог в натуральном йогурте». Текст рекламы, как и видеоряд весьма незатейлив: в школе у поста охраны мама, глядя 9–10-летнего сына по голове, наставляет его: «Обязательно хорошо поешь». На что тот реагирует закатыванием глаз, глубоким вздохом и вопросом, обращенным к школьному охраннику, с утра на рабочем месте улетающему творог: «И что, так всю жизнь будет?»

В следующей сценке подросток с товарищем в VR-очках играют в видеоигру, и в момент штурма виртуального дома раздаётся голос матери «Ты хорошо поел?» На что недоросль, севший мимо дивана, с укором говорит: «Ну, мам!» Заметим, что на том же диване невозмутимо сидит тот же школьный охранник и с аппетитом поедает творог.

В очередной сценке молодой человек сидит в лекционной аудитории, по-видимому, университета и с энтузиазмом, абсолютно не таясь (видимо, на перемене), переписывается в мессенджере с девушкой, приглашая ее на свидание: «Пужинаем?» Неожиданно приходит сообщение от абонента «Мама»: «Ты хорошо поел?», на что великовозрастный недоросль кричит «Мам!», а сидящий за ним тот же школьный охранник хлопает его по плечу, пытаясь успокоить.

В следующей сценке три астронавта гордо шествуют по стартовой площадке, к ним подбегает группа журналистов с микрофонами и видеокамерами, и вновь (по замыслу авторов ролика, совершенно нестати) раздаётся голос матери: «Сынок, ты хорошо поел?» Вконец раздраженный молодой астронавт отвечает: «Мам, я поел!» И, как всегда, чуть позади и слева оказывается тот же школьный охранник с неизменным творогом и чайной ложкой в руках.

В заключительной сценке мы снова видим насупившегося мальчика-школьника, к которому обращается школьный охранник: «А ты скажи ей про новый Данон. Зернёный творог в натуральном йогурте не только полезный, но и сытный».

В последнем кадре мама сзади наставляет удаляющегося от нее сына: «Обязательно хорошо поешь». На что сынок, улыбаясь, отвечает, не оборачиваясь и показывая зрителям закрытую пачку творога Danone в правой руке: «Мам, я поел». В последнем кадре мы видим хештег #МамаЯПоел.

Очевидно, что авторы данного рекламного контента высмеивают заботу матери и рекламируют помимо творца Danone еще и негативные стереотипы и паттерны поведения: раздражение и негодование как реакцию на *досаждающую* заботу матери, а также откровенную ложь, когда мальчик, даже не открывший пачку твора, заверяет свою мать, что он уже поел.

**Уважение к знакомым и незнакомым людям.** Недоумение и разочарование вызывает концептуально-семантический разрыв между актуальным значением слова «шалости»<sup>1</sup> и его пониманием авторами социальной рекламы – видеоролика благотворительного Фонда «Линия жизни» «Шалости – это полноценная жизнь».

Ролик открывается интригующим зачином: «За 15 лет мы добились впечатляющих результатов». На фоне этого утверждения пролетает вазочка явно в своем последнем полете. Следующий кадр представляет зрителю комнату, полную пуха из разорванных подушек, которыми, возможно, дрались. В следующем кадре – разбитое окно, разрисованные обои и молодая женщина, очки и лицо которой испачканы полужидкой субстанцией молочного цвета (йогурт? каша? крем?). Далее мы видим падающую и разбивающуюся статуэтку, летящую вниз вазу, ещё одну вазу с цветами, попадающие в машину и падающие на асфальт «бомбочки» с водой, а также двоих детей, прячущихся на балконе, с которого они и сбрасывали эти бомбочки.

В следующем кадре – за праздничным столом в бумажных колпачках на американский манер (видимо, день рождения) сидят трое детей и молодая женщина, в лицо которой один из детей – девочка, по-видимому, именинница, и швыряет (опять же на американский манер) белую субстанцию. Мальчик, сидящий рядом с ней, радостно улыбается.

В следующем кадре двое детей (мальчик и девочка) дерутся подушками, из которых целыми облаками летят пух и перья (видимо, некачественные подушки). Далее мы видим двоих детей, пачкающих друг друга, стены, стол и т.д. измазанными красками руками.

В новом кадре двое мальчишек играют в футбол, и один из них пробивает мячом в окно частного дома: стекла сыплются дождем на разложенные на столике яблоки. Из всех показанных в ролике радостно улыбающихся детей этот мальчик, кажется, единственный, кто испытывает смешанные чувства: он, улыбаясь, хватается руками за голову, что, видимо, выражает сожаление и даже сокрушение о случившемся – о совершенном им поступке.

И, наконец, в заключительной сценке перед зрителем предстает девочка, идущая с молодой женщиной (видимо, мамой) за ручку. Не отнимая руки, девочка прыгает в луже на автобусной остановке и обливает водой с ног до головы молодого человека, сидящего на скамейке. И они вместе – мама и дочка – улыбаясь гордо шествуют мимо облитого мужчины в полной уверенности в своей правоте, в том, что так и надо себя вести в общественных местах.

В их оправдание в завершающем кадре мы видим лозунг «Шалости – это полноценная жизнь». Далее на белом фоне надпись: «Мы вернули детство более 10 000 больных детей». И в последнем кадре надписи: «Линия жизни. Фонд. Отправь короткое СМС на номер...».

Повторюсь, что вклад в лечение тяжелобольных детей, – несомненно, благородное дело, заслуживающее глубочайшего уважения. Хотя, заметим, что значение фразы «Мы вернули детство более 10 000 больных детей» не совсем понятно большинству носителей русского языка. Вернули детство, потому что помогли излечиться от тяжелой болезни? Или вернули детство, предоставив один раз возможность «пошалить» показанным в ролике образом? Хочется верить, что речь все-таки идет о первом из предложенных значений.

Таким образом, данное резюме – «Мы вернули детство 10 000 больных детей», – как и заявленная деятельность Фонда, несомненно, вызывает искреннее уважение и восхищение. Однако контент этого ролика весьма противоречив и основан, как указывалось выше, на «ином» понимании значения слова «шалости» креативной командой и съёмочной группой.

«Иное» понимание выразилось, во-первых, в том, что под детскими «шалостями» понимается широкий спектр поступков – от неосторожности до злонамеренного хулиганства.

Во-вторых, представителем подрастающего поколения предлагается образец (и закладывается стереотип) безответственного либо хулиганского поведения, якобы не порицаемого обществом – ни родителями, ни жертвами детских «шалостей», повлекших, очевидно, неприятные последствия для окружающих.

В-третьих, формируется стереотип беспомощности взрослых, которые должны поощрять подобное поведение по уважительной причине болезни несчастных детей и по той явно неуважительной причине, что подобное поведение представляет собой лишь «милые шалости» и является, по мнению авторов рекламного контента, частью полноценного детства.

В-четвёртых, этот ролик закладывает основы антипатии к больным или излечившимся детям, поскольку их поведение представлено как неконтролируемое и вредоносное. Так или иначе дети, которым вернули детство, представлены как малолетние личности, по большей части не способные осознавать последствия своих поступков и отвечать за них.

И, наконец, в-пятых, данный ролик подрывает одну из фундаментальных ценностей русской культуры и менталитета – **уважение** во всех его проявлениях: уважение к близким и дальним, к родным и чужим, уважение как основу семьи и основу взаимоотношений в обществе.

<sup>1</sup> Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. – М.: Оникс, 2010:

*Шалость* – шутивная проделка, проказа. Пример: Детские шалости.

Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-образовательный. – М.: Рус. яз. 2000. – в 2 т. – 1209 с.:

*Шалость* – 1) Поступок ради забавы, веселая проказа, проделка. 2) перен. Работа, занятие, которым не придается серьезного значения.



**Заключение.** Аксиосфера современных российских СМИ представляет собой скорее разрозненную совокупность вариативных ценностей, а не интегральную систему ценностных связей и отношений к обществу и миру. При этом характерной чертой современной аксиосферы российских медиа является именно дивергенция русских национальных ценностей, то есть их вариативность в медиасреде.

Русские национальные ценности, составляющие основу русской культуры и менталитета, в последние три десятилетия претерпели в российском коллективном сознании значительную трансформацию, а в последние 15–20 лет в трансформировавшейся аксиосфере российских СМИ подверглись открытой либо скрытой дивергенции, создавая качественное разнообразие институционально-политических, социально-культурных, идеологических и иных проявлений ценностей, что приводит к усложнению существующих и появлению новых систем отношений между членами российского общества.

Если дивергенция русских национальных ценностей постепенно трансформирует русскую культуру и менталитет, то дивергенция общественных ценностей в аксиосфере современных российских медиа трансформирует систему взаимоотношений в российском обществе, и оба процесса чреваты серьезными последствиями.

Как подчеркивает И.В. Ерофеева, со стратегической точки зрения, «реконструкция традиционных ценностей, представляет собой единственную основу выживания нации» [Ерофеева 2009: 4].

Невольно вспоминаются слова А.И. Солженицына из романа-эпопеи «Красное колесо»: утверждение «“все равны и свободны”» понято как право никого не уважать, никому не подчиняться» [Солженицын 2009], которыми великий русский писатель описывал события 1917 г. Однако впоследствии, благодаря многолетним усилиям советского правительства, была создана советская идеология, в систему ценностей которой, несомненно, входило *уважение* – уважение к рабочим и крестьянам, к интеллигенции: к учителям, инженерам, врачам, к пожилым людям. Отказ от государственной идеологии, закрепленный в Конституции Российской Федерации 1993 г., не способствует укреплению российской национальной системы ценностей, равно как и системы общественных ценностей Российской Федерации.

Происходящий под воздействием современных российских медиа процесс дивергенции фундаментальных ценностей, составляющих основу русской культуры и менталитета, чреват постепенным разрушением взаимосвязей и всей системы взаимоотношений в российском обществе, традиционно основанных на взаимном уважении и признании непреходящей ценности достоинства человеческой личности.

#### Библиография

- Власова О.В. Достоинство человека как нравственно-правовая ценность: общетеоретическое исследование. Автореферат дис. ... д-ра юр. наук: 12.00.01 – теория и история права и государства. – Саратов: Саратов. гос. акад. права, 2011. – 54 с.
- Ворожбитова А.А. Дискурс-текст как самоорганизующаяся система: лингвориторические ценности // Научный взгляд в будущее. – Выпуск 8. Том 2. – Одесса: КУПРИЕНКО СВ, 2018. – С. 44–48.
- Ворожбитова А.А. Текст как синергетическая структура лингвориторического характера // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2003. – №2. – С. 22–30.
- Ерофеева И.В. Аксиология медиатекста в российской культуре (ценностная рефлексия журналистики начала XXI века). – Чита: ЗабГГПУ, 2009.
- Мелексетян М.В. История развития и значение образа матери в русской поэзии // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология, 2009, Номер 2. – С. 207–211.
- Солженицын А.И. Красное колесо. Узел 4. Апрель Семнадцатого. Книга 2. – М.: Время, 2009.
- Уважение // Словарь по этике / Под ред. И.С. Кона. – М.: Политиздат, 1981. – 430 с.
- Chee Tham Seong (1995). Values and National Development in Singapore. *Asian Journal of Political Science*, December 1995, Volume 3, Number 2. – P. 1–14.
- Henderson Alisa & McEwen Nicola (2005). Do Shared Values Underpin National Identity? Examining the Role of Values in National Identity in Canada and the United Kingdom, *National Identities*, Vol. 7, No. 2, June 2005. – P. 173–191.
- Hoyer Wayne D.; MacInnis, Deborah J.; Pieters, Rik (2012). *Consumer Behavior*. Cengage Learning, 395 p.
- Islam Sumaira (2014). Effect of Values on Family Relationships. *Indian Journal of Positive Psychology*, Vol. 5, No. 4.
- Jørgensen Torben Beck & Rutgers, Mark (2014). Tracing public values change: A historical study of civil service job advertisements. *Contemporary Readings in Law and Social Science*, 6. – P. 59–80.
- Maiese Michelle (2003). Causes of Disputes and Conflicts. *Beyond Intractability*. Ed. Guy Burgess and Heidi Burgess. Conflict Research Consortium, University of Colorado, Boulder, Colorado.
- Maiuro Roland D. & O’Leary, Daniel (2000). *Psychological Abuse in Violent Domestic Relations*. – New York: Springer Publishing Company, 2000. – 197 p.
- Meynhardt T. (2009). Public Value Inside: What is Public Value Creation? *International Journal of Public Administration*, 32 (3-4). – P. 192–219.
- Mooij Marieke de (2004). *Consumer Behavior and Culture: Consequences for Global Marketing and Advertising*. SAGE Publishers, 40 p.
- Morris Ch. (1938). *Foundations of the Theory of Signs*, University of Chicago Press; 1<sup>st</sup> edition, Series: International Encyclopedia of Unified Sciences (Book 1), 59 p.
- Rokeach Milton (1973). *The Nature of Human Values*. New York: The Free Press.
- Roth Steffen (2013). Common values? Fifty-Two Cases of Value Semantics Copying on Corporate Websites. *Human Systems Management* 32(4) (2013). – P. 249–65.
- Thornton Arland et al. (2012). Knowledge and Beliefs about National Development and Developmental Hierarchies: The Viewpoints of Ordinary People in Thirteen Countries. *Social Science Research*, 2012 September; 41(5). – P. 1053–1068.
- Value system (2019). Definitions. Retrieved from <https://www.definitions.net/definition/value+system>. Accessed on 2.12.2019.

**Социально-экономическая стратификация и дифференциация общества  
в российском медиадискурсе**

Бурукина Ольга Алексеевна

Российский государственный гуманитарный университет, Россия  
125993 Москва, Миусская пл., 6  
кандидат филологических наук, доцент  
Университет Вааса, Финляндия  
65200 Vaasa, Wolffintie 34  
ст. исследователь  
Email: obur@mail.ru

**Аннотация.** Исследуя состояние современного российского общества, автор выявляет его специфические особенности и предлагает собственное видение его стратификационной структуры, а также, анализируя актуальные социальные тенденции, приходит к выводу об углубляющемся процессе его дифференциации. На основе анализа текущего этапа развития российских средств массовой информации были выявлены присущие ему специфические черты, а также актуальные тенденции в российском медиадискурсе, характерные для текущей фазы развития российской экономики – построения общества потребления. Автор приходит к выводу, что российские СМИ применяют разнообразные инструменты пропаганды вплоть до эпатажа, не взирая на социальный статус и возраст потенциальной потребительской аудитории. Проанализированный в статье рекламный контент подтверждает идеи автора о функционировании медийного дискурса в качестве продуктивной платформы для социальной стратификации и углубляющейся дифференциации российского общества, а также о превращении медиадискурса в эффективную дискурсивную машину, оказывающую масштабное воздействие на различные социальные страты и группы.

**Ключевые слова:** современные российские медиа, медийный дискурс, социальная стратификация и дифференциация, рекламный контент, русская культура и менталитет.

УДК 130.2

**Socioeconomic stratification and differentiation of society in the Russian media discourse**

Olga A. Burukina

The Russian State University for the Humanities, Russia  
125993 Moscow, Miusskaya Square, 6  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
University of Vaasa, Finland  
65200 Vaasa, Wolffintie 34  
PhD researcher  
Email: obur@mail.ru

**Abstract.** Studying the stratification of modern Russian society, the author reveals its specific features and offers her own vision of its structure, and also, analyzing current social trends, comes to the conclusion about the deepening process of its differentiation. Based on the analysis of the actual stage of development of the Russian mass media, the article identifies its specific traits, as well as recent trends in the Russian media discourse, characteristic of the contemporary phase of the Russian economy's development – the construction of a consumer society. The author comes to the conclusion that the Russian media use a variety of propaganda tools up to shocking, regardless of the social status and age of the potential consumer audience. The advertising content analyzed in the article confirms the author's ideas about the media discourse functioning as a productive platform for social stratification and the deepening differentiation of Russian society, as well as the transformation of media discourse into an effective discursive machine that has a large-scale impact on various social strata and groups.

**Keywords:** contemporary Russian media, media discourse, social stratification and differentiation, advertising content, Russian culture and mentality.

UDC 130.2

*«Когда исчезает справедливость, не остается ничего,  
что могло бы придать ценность жизни людей».*

Иммануил Кант

**Введение.** Тема данного исследования имеет концептуальные основы, цель исследования – анализ актуальных изменений в национальном общественном развитии, проводимых в национальном медийном дискурсе на основе парадигмальных изменений в мировой социальной стратификации. Необходимость исследования концептуальных сдвигов обусловлена, среди прочего, углубляющейся социальной дифференциацией российского общества, запустившей механизм реконцептуализации.

Используя холистический подход к исследованию процессов социальной стратификации и дифференциации, автор выявляет наиболее эффективные механизмы воздействия на российское общество, в частности ис-

следует медийный дискурс как продуктивная среда для изменения ключевых компонентов русской культуры и русского менталитета, а также реклама как результативный инструмент дифференциации русского менталитета на основе трансформации традиционной системы ценностей как его основы и возникновения множественности систем ценностей, характерных для разных социальных страт и социальных групп.

Современные средства массовой информации – гегемонистская форма власти, поддерживающая свою позицию не силой, а путем разработки определенного мировоззрения, идеологии или специфического понятия здравого смысла, широко внедряемого в повседневные культурные практики и приводящего к тому, что люди соглашаются на власть, даже если это не отвечает их интересам. Предположение о гегемонии в обществе СМИ и поддерживаемого ими медийного дискурса состоит в том, что идеи правящего класса становятся правящими идеями, поэтому СМИ контролируются доминирующими социальными группами, использующими их как средство осуществления контроля над остальной частью общества [Van Dijk 1996]. Благодаря неограниченному доступу к медийному дискурсу, доминирующие социальные страты и группы также получают полный или частичный контроль над обществом в целом [ibid.].

**Материалы и методы.** Руководствуясь системным подходом к исследованию стратификации и дифференциации современного российского общества, автор привлекает в качестве эмпирической базы рекламные стенды, созданные в 2007 г. в рамках рекламной кампании ЦУМа и размещенные на его стенах перед началом учебного года, а также рекламный ролик МТС, транслировавшийся на ведущих российских телеканалах в 2019 г. Совокупность методов, примененных для исследования текущего состояния российского общества, включала в себя системно-структурный и функциональный методы с элементами компаративистики, социально-философский анализ, а также логическую реконструкцию внутренних смыслов и аксиологических связей, составляющих своеобразие русской культуры и русского менталитета.

**Обсуждение. Российский медийный дискурс** представляет собой совокупность взаимодействий, происходящих через все вещательные платформы, размещенные на территории Российской Федерации, как устные, так и письменные, в которой дискурсивные сообщения ориентированы на собеседника, не присутствующего непосредственно в акте коммуникации: читателя, слушателя или зрителя. Хотя медийный дискурс, или медиадискурс ориентирован на этих реципиентов, они, как правило, не могут непосредственно реагировать на продуцента дискурсивного сообщения, хотя с появлением новых медиатехнологий данная ситуация все больше меняется в сторону интерактивности дискурсивной коммуникации.

Медиадискурс является публичной, продуманной, общедоступной формой взаимодействия. В отличие от спонтанной устной или письменной речи он не носит случайного или спонтанного характера. Очевидно, что эти основные характеристики имеют решающее значение для исследования, описания и понимания концепции медиадискурса, особенно российского медийного дискурса, имеющего вариативный характер (в силу множественности систем ценностей).

Одним из важных направлений исследований медийного дискурса является критический анализ дискурса. В исследовании медиадискурса важна критическая оценка дискурсивных сообщений, производимых средствами массовой информации и получаемых потребителями дискурса. Тот факт, что медиадискурс является публичным, означает, что он также находится под пристальным вниманием многих исследователей-аналитиков, которые проявляют к нему интерес как к форме институциональной коммуникации, которую можно сравнивать с другими формами коммуникации, как частными, так и институциональными.

Тот факт, что дискурс средств массовой информации записывается, делает его привлекательным для аналитиков дискурса, и эта тенденция усиливается благодаря выходу в Интернет газет, радиостанций, телевизионных программ и т.д. Достижения в области информационно-коммуникационных технологий в значительной степени нивелировали фактор эфемерности, которым раньше характеризовался медиадискурс, особенно медийный дискурс, производимый на радио и телевидении (раньше для дискурсивного анализа нужно было записывать сообщения в реальном времени).

Поскольку медиадискурс создается преимущественно профессионалами, особый интерес вызывает анализ того, как именно он создается – как на фактическом уровне целей, процессов и результатов создания медийных сообщений, так и на идеологическом уровне – исследования того, какие элементы медийного дискурса и как именно действуют на сознание потребителей дискурсивных сообщений.

Современный этап развития российских средств массовой информации имеет следующие характеристики:

- изменение структуры предпочтений целевых аудиторий российских СМИ на основе массового отказа от печатных СМИ и преобразования нации в телевизионную;

- изменение структуры российского медийного рынка на основе смены вертикально-иерархической структуры горизонтальной;

- внедрение рекламного контента в повседневную практику российской медиасистемы как наиболее значимого источника, основного средства продвижения коммерциализованного информационного контента и одного из основополагающих средств формирования современной культуры общества потребления [Олешко 2018] на основе текущих изменений в русской культуре и менталитете.

Заметим, что в лингвориторической парадигме глубоко исследован современный дискурс российских глянцевого журналов о стиле жизни – в аспекте формирования и функционирования гендер-идеала, с дискурсивной характеристикой, в том числе, социального расслоения читательской аудитории [Ворожбитова 2017; Ворожбитова, Скулкин 2013; Скулкин, Ворожбитова 2018; Vorozhbitova, Karabulatova etc. 2019].

**Социально-экономическая стратификация и дифференциация.** Понятие «стратификация» в социологии было предложено российско-американским исследователем П.А. Сорокиным как основной концепт развития человеческого общества в период его усложнения и расширения социального взаимодействия. *Стратифи-*

*фикация* – то есть распределение членов общества и социальных групп по стратам – относительно устойчивым компонентам иерархической общественной структуры на основе их доступа к власти (политический аспект), общественной значимости (социоаксиологический аспект), реализуемых профессиональных функций (профессиональный аспект) и получаемого дохода (экономический аспект).

Социальная стратификация подразумевает социальную дистанцию между членами общества, принадлежащими к разным стратам, на основе которой устанавливается и поддерживается неравный доступ членов разных страт к ограниченным ресурсам, ценным в каждом конкретном обществе.

В силу ощутимых, значительных и даже кардинальных различий в уровнях доступа к власти, дохода и общественной значимости, а также профессиональной подготовки, связанной с этим ответственности и, как следствие, в качестве жизни, обусловленном и поддерживаемом внутренней политикой государства, возникает социальное неравенство и на его основе социальная дифференциация.

*Социальная дифференциация* – это процесс, посредством которого в обществе развивается и поддерживается статусная иерархия. Двумя основными типами социальной дифференциации являются внутригрупповая и межгрупповая дифференциация [Sorokin 1947].

Государство предписывает и контролирует практически все значимые линии поведения и межличностные отношения. Тоталитарные государства подробно описывают жизнь своих граждан; либеральные или демократические государства делают это в более ограниченной форме; но оба типа государства эффективно формируют личность и контролируют поведение. По мнению П.А. Сорокина, углубление социальной дифференциации повышает скорость изменения шаблонов поведения [Сорокин 2005].

Экстраполируя на современное российское общество стратификационную концепцию У.Л. Уорнера, согласно которой современное западное общество – общество потребления – делится на шесть страт, в российском обществе тоже можно выделить шесть страт, а именно:

- 1) олигархи и крупные политики – миллионеры в первом поколении [Warner 1963];
- 2) предприниматели-владельцы капитала, менеджеры высшего и среднего звена в исполнительных органах власти, «звезды» шоу-бизнеса и спорта;
- 3) высокообразованные интеллектуалы (финансовые консультанты, юристы, врачи, ученые и т.д.);
- 4) канцелярские служащие, рядовые врачи, юристы, учителя («белые воротнички»); квалифицированные рабочие («синие воротнички»);
- 5) безработные, пенсионеры и пр.;
- 6) маргиналы (нищие, бездомные, преступники).

Вслед за Т.У. Ченом и Дж.Х. Голдторпом (2007) мы понимаем классовую структуру и статусный порядок как качественно различные формы социальной стратификации, между которыми существует весьма значимая, хотя и не идеальная эмпирическая корреляция [Chan & Goldthorpe 2007]. Например, наемные профессионалы-эксперты и управленческие работники занимают аналогичные по своему статусу позиции в рамках среднего класса, но профессионалы, обладающие экспертными знаниями, обычно имеют более высокий статус, чем менеджеры; особенно их статус выше, чем у менеджеров, работающих в промышленности и других сферах, в которых работают преимущественно «голубые воротнички» [ibid.].

И действительно, как подтверждает современная российская действительность, менеджеры, работающие в промышленном производстве, несмотря на свои привилегированные классовые позиции, могут иметь более низкий статус по сравнению даже с линейными административными работниками, например, министерств.

Анализируя развитие социальных контекстов и свойственных им дискурсов в КНР, Дж.Л. Кью пришел к выводу, что с углублением национальных реформ наряду с неолиберализмом модернистская и технократическая идеология постепенно стала доминирующей в формировании современной политики развития Китая. По мере углубления процесса коммерциализации и маркетинга средств массовой информации разрыв между правящей партией и массами, между интеллектуалами, медиаэлитой и рабочим классом усугубился. Кроме того, в сочетании с упадком классового дискурса, сокращением государственного сектора и расширением частного сектора, еще более усилилась неолиберальная природа политической экономики Китая [Qiu 2017].

Поскольку в социальной и идеологической сфере рабочий класс был понижен до статуса «уязвимой группы», он также подвергся процессу дальнейшей внутренней дифференциации, что привело к появлению с 1990-е гг. трудящихся-мигрантов и нового бедного класса городских служащих, имеющих высшее образование [Wang 2015].

С другой стороны, наблюдается рост неолиберальных рыночных СМИ и идеологическая дифференциация страты интеллектуалов. Аналогичные тенденции углубляющейся дифференциации характерны для большинства страт современного российского общества. Причем особую роль в процессах социальной стратификации и дифференциации играют именно российские СМИ посредством постоянно трансформирующегося медийного дискурса [Qiu 2017].

**Медиадискурс как инструмент социальной стратификации и дифференциации.** Начавшееся, по мнению Л. Льевру и С. Ливингстон (Lievrouw & Livingstone 2002), еще в 1970-х гг. слияние теле- и радиовещания с информационными технологиями стало свидетельством трансформации «массового общества» в основанное на услугах «информационное общество» – то есть «более дифференцированное, более фрагментированное, возможно, более гетерархичное<sup>1</sup> сетевое общество» [Lievrouw & Livingstone 2002: 3].

<sup>1</sup> Термин «гетерархия», введенный в книге нейропсихолога и кибернетика У. Маккалока «Гетерархия ценностей, обусловленная топологией нервных сетей» (1943 г.) означает систему, которую образуют разнообразные сосуществующие пересекающиеся структуры управления.

Таким образом, исследователи приходят к выводу о процессе углубляющейся дифференциации западного общества, важную роль в котором играют дифференциальные фильтры, устанавливаемые не только на границах, разделяющих социальные страты, но и на границах более мелких социальных групп, и содействующие еще более устойчивому разделению общества и управлению этим разделением.

Так, хотя в рамках высшей страты российского общества группа олигархов, аккумулировавших большинство ресурсов страны, и группа крупных политиков, аккумулировавших в своих руках законодательную и исполнительную власть, тесно переплетены и взаимосвязаны, дифференциация групп, входящих во вторую страту, – предпринимателей-владельцев капитала, менеджеров высшего и среднего звена в исполнительных органах власти и ведущих деятелей поп-культуры, – гораздо глубже, и социальные фильтры, разделяющие их, действуют достаточно надежно.

Еще глубже социальные фильтры разделяют группы «белых» и «синих воротничков», входящих в четвертую страту, несмотря на сопоставимое экономическое положение, равно лимитированный доступ к власти, высокий уровень профессионализма и общественной значимости.

Согласно наработкам теоретиков общественного развития (Н. Луманн, С. Наги-Зекми, К. Холлис и др.) в качестве признака углубляющейся дифференциации можно также рассматривать характерный для развития современного общества «упадок универсалий». Общество познавательно децентрируется в результате аутопоэзиса<sup>1</sup> его функциональных систем. Наука все еще выявляет и производит истину (то, для чего была запрограммирована конкретно эта дискурсивная машина), но для того, чтобы ее можно было использовать, необходимо пересмотреть эту истину для ненаучных социальных контекстов, таких как закон, политика, дискурс СМИ и повседневная жизнь, – контекстов, которые производят свои собственные «истины». Этот процесс «пересмотра» истин в рамках переговоров основных стейкхолдеров оказывается более болезненным по мере углубления семантической дифференциации дискурсов, присущих разным социальным стратам и группам и характерных для разных социальных контекстов [Luhmann 1990].

Важно понимать, что углубляющаяся дифференциация общества выявляет возрастающую значимость информации и символизма и, соответственно, компетенции «аналитиков символов» [Reich 1992] – специалистов, профессионально обрабатывающих, анализирующих и распределяющих информацию, которые вместе с информацией превратились в ключевой ресурс, поскольку услуги, основанные на информации, облегчают глобальную экономическую интеграцию и способствуют контролю за расширяющимися информационными сетями и всем «информационным обществом» [Castells 1996].

**Действие российского медийного дискурса как эффективного инструмента дифференциации.** Современный медийный дискурс стал эффективным инструментом стратификации и дифференциации российского общества. Наглядным примером использования российского медиадискурса как плодотворной среды, поддерживающей стратификацию и содействующей углубляющейся дифференциации российского общества может служить рекламная кампания ЦУМа 2007 г.

Летом 2007 г. руководство ОАО «Торговый дом ЦУМ» начало рекламную кампанию, продвигающую ЦУМ и ряд зарубежных модных домов (Prada, Armani, D&G, Burberry) и нацеленную на аудиторию младшего и, возможно, среднего школьного возраста. С этой целью на стенах ЦУМа были размещены рекламные стенды с 10 постерами соответствующего содержания, некоторые постеры дублировались.

На первом рекламном постере девочка-брюнетка стоит перед скамейкой, на которой сидят плюшевые игрушки – медведь и заяц, на земле лежит школьный ранец. Над фигурой девочки размещен текст следующего содержания: «Вот я и в школу! Теперь меня интересуют только шмотки. А вы, два старых уroda, мне больше не нужны!» Над плюшевым мишкой размещена следующая реплика: «Это должно было случиться». Над фигурой зайца (расположенного ближе к зрителям): «Ну нифига себе!». Обратим внимание читателей на квазиместоимение «нифига», обладающее обценным значением и негативной коннотацией и вложенное в «уста» плюшевой игрушки с «человеческим» лицом, а также на пунктуацию, весьма характерную для уровня образования художника данного рекламного цикла.

Заметим, что общая рекламная кампания была приурочена к 1 сентября 2007 г. – началу учебного года и Дню знаний. При внимательном просмотре этой рекламы неизбежно возникает вопрос: каким креативным мышлением должны обладать создатели рекламного контента, чтобы провести причинно-следственную связь между «Вот я и в школу!» и «Теперь меня интересуют только шмотки»? И совсем не логичным представляется вывод о ненужности «двух старых уродов». Кстати, на фоне обращения на другом рекламном плакате «к папе» с просьбой купить много новой одежды упоминание «двух старых уродов», которых не берут в новую жизнь, где исполняются мечты, создает вполне однозначную аллюзию.

На втором рекламном плакате изображена девочка-блондинка, которая стоит, опустив глаза и опершись на зонтик: «Я одна в классе... Действительно одна! Просто от зависти все лопнули». По мнению РИА «Новости», на этом плакате присутствуют мотивы смерти [РИА Новости 2007], которые усугубляются большим фиолетовым пятном, на фоне которого стоит печальная девочка, и цветком в ее волосах, больше похожим на искусственный.

На третьем постере еще одна девочка, на этот раз с розовыми волосами, стоит, уперев руки в бока, перед лежащим сверху лапами плюшевым медведем, который, вероятно, слетел со школьного портфеля, либо был опрокинут ударом ноги. Текст над девочкой, опустившей глаза (видимо, смотрящей на игрушку) гласит: «Я –

<sup>1</sup> Аутопоэзис – термин, введенный У. Матураной и Ф. Варелой, для обозначения способности живых существ, в том числе человека, к репликации, самопостроению и самовоспроизводству, без разделения на производителя и продукт производства.

принцесса! Ты – животное!» Реплика над упавшим мишкой – «Отпад!!!», что, по замыслу авторов креативного контента, видимо, выражает восторг игрушки, сбитой с ног брендом платья девочки от D&G.

На четвертом постере рыжеволосая девочка, наклонившись над сидящим на земле плюшевым мишкой, заявляет: «Ты, не модный! Прощай» (*орфография и пунктуация оригинального текста сохранены – Прим. О.Б.*). Если верно трактовать оригинальную пунктуацию, «немодный» – это кличка плюшевого мишки или его постоянная характеристика в понимании его юной хозяйки. Если допустить низкий уровень владения русским языком авторов креативного контента, то, возможно, «немодный» – констатация факта, вывод, который делает юная модница после первого дня пребывания в школе.

На пятом рекламном стенде авторы, вероятно, решили объяснить родителям, чем измеряется их любовь. Девочка с каштановыми волосами говорит: «папочка, если ты меня правда любишь (*орфография и пунктуация оригинального текста сохранены – Прим. О.Б.*), купи!!! купи!!! купи!!! мне туфли, платье, шляпку!! D&G | Armani Junior | Prada».

Шестой постер, очевидно, имел своей целью подчеркнуть уникальность покупателей ЦУМа, дифференцировав их от остального (предварительно стратифицированного) населения Российской Федерации. На рисунке рыжеволосая девочка закрыла глаза, должно быть, от переполняющего ее чувства собственной значимости, над ней надпись, вербализующая ее мысли: «Кто не в Prada тот лох!» (*пунктуация автора рекламного текста сохранена – Прим. О.Б.*). Когда ФАС обратило внимание на эту рекламную кампанию ЦУМа, слово «лох» заклеили белой бумагой, что открыло значительные возможности для фантазии прохожих.

На седьмом рекламном плакате юная блондинка, сложив руки в почти молитвенном экстазе, обращается, видимо к логотипу ЦУМ: «Свет мой ЦУМ скажи... я-ль в школе всех моднее?» (*орфография и пунктуация оригинального текста сохранены – Прим. О.Б.*). В данном случае очевидна референция к «Сказке о мертвой царевне и семи богатырях» А.С. Пушкина, однако нарушенный, «разорванный» ритм исковерканной фразы великого русского поэта создает удручающее впечатление.

Восьмой плакат представляет двух девочек, обсуждающих поведение своих гламурных мамаш:

– Мама с подружками только и трещат, что ЦУМ, это самое крутое и модное место! (*пунктуация оригинального текста сохранена – Прим. О.Б.*).

– Они ведьмы. Ведь дьявол носит PRADA. Я боюсь.

В их обсуждение вмешивается плюшевый мишка: «Вы обе правы».

На девятом плакате девочка с белыми волосами довольно неадекватно заявляет (в силу непонимания авторами значения ключевой фразы и ее пейоративной коннотации): «Все люди, как люди, а я в... Burberry». Вполне в тренде англоязычного русского дискурса и слово школа, написанное по-английски – “School”, и аналог маркетинговой формулы B2C (business to customers) созданная авторами рекламного контента формула B2S, означающая, очевидно, “back to school”.

При анализе текстов этого и предыдущего плакатов создается впечатление, что автор рекламного контента не совсем адекватно выполняет поставленную перед ним задачу и ведет «двойную игру», поскольку тексты вступают в когнитивный диссонанс с поставленной задачей: обладателей брендовых «шмоток» называют «ведьмы», «дьявол» и «нелюди» («Все люди как люди, а я...»).

И, наконец, десятый рекламный постер выражает мечту единственного мальчика данной рекламной кампании: «Хочу быть богатым, знаменитым, ездить на Bentley. одеваться только в ЦУМ». (*Орфография и пунктуация оригинального текста сохранены. – Прим. О.Б.*). Выбор Бентли / Bentley выражает, вероятно, предпочтение авторов креативного контента. А использование логотипа ЦУМ в именительном или винительном падеже отражает актуальные негативные тенденции в русском языке.

Эксперты отмечают, что рекламная акция ЦУМа нарушает сразу несколько статей Федерального закона от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ «О рекламе»: так, в соответствии с п. 4 ч. 4 ст. 5 «реклама не должна формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц», чему прямо противоречит утверждение на рекламном постере «Кто не в Prada – тот лох!».

Употребление одной из героинь рекламных постеров слова «уроды» по отношению к собственным мягким игрушкам нарушает п. 6 ст. 5 Закона N 38-ФЗ «О рекламе»: «В рекламных сообщениях не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений» [ФЗ-38 2006].

Практически каждый рекламный постер ЦУМа нарушил, по крайней мере, один пункт Закона «О рекламе» и, в первую очередь ст.6 «Защита несовершеннолетних в рекламе». Так, согласно п. 1 ст. 6 «в целях защиты несовершеннолетних <...> не допускаются дискредитация родителей и воспитателей, подрыв доверия к ним у несовершеннолетних». Этот пункт однозначно нарушен диалогом на одном из рекламных плакатов, в котором беседующие девочки называют своих матерей «ведьмами» и «дьявол» и выражают крайнее неуважение к их разговору глаголом «трещат»: «Мама с подружками только и трещат, что ЦУМ, это самое крутое и модное место!» «Они ведьмы. Ведь дьявол носит PRADA. Я боюсь».

Один из рекламных стендов, размещенных на здании ЦУМа «папочка, если ты меня правда любишь (*орфография и пунктуация оригинального текста сохранены – Прим. О.Б.*), купи!!! купи!!! купи!!! мне туфли, платье, шляпку!! D&G | Armani Junior | Prada» нарушил и п. 2, ст. 6, согласно которому не допускается «побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы они убедили родителей или других лиц приобрести рекламируемый товар».

Косвенно рекламной кампанией ЦУМа нарушен и п. 3 ст. 6, согласно которому не допускается «создание у несовершеннолетних искаженного представления о доступности товара для семьи с любым уровнем достатка», ведь мечтать о материальных благах никому не возбраняется; «Хочу быть богатым, знаменитым, ездить на Bentley. одеваться только в ЦУМ». Но, очевидно, что подобные мечты менее актуальны для детей из со-

стоятельных российских семей, имеющих возможность ездить на Роллс-Ройсе и Майбахе и одеваться в известных модных домах за границей.

Сразу четыре рекламных плаката ЦУМа нарушили п. 4 стр. 6, согласно которому не допускается «создание у несовершеннолетних впечатления о том, что обладание рекламируемым товаром ставит их в предпочтительное положение перед их сверстниками»: «Я – принцесса! Ты – животное!», «Я одна в классе... Действительно одна! Просто от зависти все лопнули», «Свет мой ЦУМ скажи... я-ль в школе всех моднее?», «Все люди, как люди, а я в... Burberry».

И, наконец, еще два рекламных плаката ЦУМа нарушают п. 5 ст. 6 Закона «О рекламе», согласно которому не допускается «формирование комплекса неполноценности у несовершеннолетних, не обладающих рекламируемым товаром»: «Вот я и в школу! Теперь меня интересуют только шмотки. А вы, два старых уroda, мне больше не нужны!», «Ты, не модный! Прощай».

Уверенные действия руководства ЦУМа, заказавшего и разместившего столь показательную рекламу, подкрепляются современной судебной практикой. На фоне происходящих в РФ социально-экономических процессов кажется закономерным, что история с рекламной кампанией ЦУМа, приуроченной к 1 сентября 2006 г., не закончилась даже в 2011 г.: несмотря на выявленные УФАС по Москве признаки нарушения п. 1 ч. 5, ч. 11 ст. 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ «О рекламе» и возбужденное в отношении ОАО «ТД ЦУМ» дело N 08-04/5-224/10, рассмотрение которого было назначено на 27.09.2010, в данном деле после апелляций и кассационных жалоб и рассмотрения его в арбитражных судах не была поставлена точка даже 26 сентября 2011 г., когда постановлением Федерального арбитражного суда Московского Округа дело было направлено на новое рассмотрение в Арбитражный суд города Москвы [КонсультантПлюс 2011].

Таким образом, рекламная кампания ЦУМа отражает контролируемые процессы дифференциации российского общества с использованием инструментов пропаганды, применяемых не выборочно к большинству потребителей рекламного продукта, в том числе рассчитанных на детей младшего школьного возраста.

Весьма показательной в рамках углубляющейся стратификации и дифференциации российского общества нам представляется реклама МТС 2019 г.: *Samsung Galaxy* с кэшбеком 15.000 руб. с Михаилом Боярским в главной роли, которую на сайте YouTube назвали просто «Шляпа». Сюжет 30-секундной рекламы весьма незатейлив: на улице стоит, вперив очи в экран мобильного телефона молодой человек, к нему подходит М. Боярский, держа в руках свой смартфон, и между ними завязывается следующий диалог:

– Гляди, как у меня! А кэшбек 15 тысяч ты получил?

– Нет.

– Да... Вот это шляпа! – осуждающе качает головой народный артист РСФСР и удаляется – переходит к следующей цели своего «опроса». Он ходит от респондента к респонденту и не получивших кэшбек называет «шляпой», а получившим кэшбек выражает свое уважение словами «Снимаю шляпу!»

В предпоследней сцене сотрудник офиса МТС произносит рекламный монолог: «Не прошляпьте: стильные смартфоны Samsung Galaxy с кэшбеком до 15 тысяч только в МТС». Заметим, что такой возврат денег (до 15 тыс. руб.) можно получить только при соответствующей стоимости смартфона – примерно от 60 тыс. руб. Налицо финансово-экономический фильтр, закрепляющий социальную дифференциацию.

В заключительной сцене к М. Боярскому, сидящему в кабриолете, подъезжает на мотоцикле первый молодой человек и докладывает: «Теперь с кэшбеком 15 тысяч».

И кумир 1970–1980-х, восклицает: «Снимаю шляпу!» и, наконец, действительно снимает свою неизменную шляпу, давя на педаль газа, при этом его голова оказывается заслоненной круглым зеркалом мотоцикла во избежание возможной неловкости, ведь шляпа, очевидно, неслучайно стала неизменным атрибутом не молодого Д'Артаньяна.

Отметим, что, согласно Фразеологическому словарю русского языка, выражение «Снимаю шляпу!» используется с целью выразить свое почтительное отношение, глубокое уважение к кому-л., чему-л. При этом подразумевается, что произносящий фразу «Снимаю шляпу!» выражает восхищение, с которым признает «талант, мастерство, достижения в каком-л. деле, высокие нравственные и духовные качества другого лица или группы лиц» [ФСРЯ 2019].

По замыслу креативной команды МТС, глубокое уважение, почтение и восхищение вызывает значительный кэшбек при покупке дорогостоящего смартфона, а вовсе не мастерство или талант, и уж тем более не «высокие нравственные и духовные качества» другого человека. Кроме того, хотя и не столь очевидно в данном рекламном контенте присутствует взаимосвязь между «большим кэшбеком» и финансово-экономическими возможностями потребителя, который может позволить себе настолько дорогой смартфон, чтобы кэшбек составил значительную сумму.

Заметим также, что в русском литературном языке в идиоматическом значении слово «шляпа» используется для названия человека, упустившего какую-то возможность; наивного человека, упускающего практическую выгоду. Отсюда и глагол «прошляпить» – упустить возможность.

Однако в современном молодежном сленге слово «шляпа» значительно изменило свое значение. Теперь «шляпа» имеет такие значения: 1. фигня, бред; 2. неприятная ситуация, тупик [МС 2019]. А «Словарем современной лексики, жаргона и сленга» зафиксированы следующие значения: 1. мужской половой орган; 2. неприятная ситуация, положение [ССЛЖС 2019].

В свете указанной трансформации значения слова «шляпа» использование его героем М. Боярским в анализируемом рекламном ролике в качестве обращения к молодым мужчинам и девушкам представляется нам крайне неуместным.

Сопоставительный контент-анализ рекламной кампании ЦУМа 2007 г. и телевизионного ролика МТС с М. Боярским 2019 г. позволяет выявить следующие актуальные тенденции в российском медиадискурсе, характерные для текущей фазы развития российской экономики – построения общества потребления:

- современный медийный дискурс выступает в качестве питательной среды для создания разнообразных инструментов пропаганды и тестирования их эффективности на телезрителях и Интернет-пользователях;
- одним из эффективных инструментов привлечения внимания потенциального потребителя становится эпатаж, при этом его использование не соотносится с возрастом потенциальных потребителей: в сферу действия пропаганды в медийном дискурсе вовлекаются потенциальные потребители любого возраста и любых социальных групп;
- стратификация и дифференциация российского общества подразумевает углубление семантической дифференциации дискурсов, присущих разным социальным стратам и группам внутри страт,
- углубляющаяся семантическая дифференциация дискурсов разных социальных страт отражается в изменениях, которые претерпевает в последние 30 лет русский язык, причем это не только лексические и грамматические, но и синтаксические (на уровне темарематических связей) изменения, способные повлечь за собой трансформации ментальных паттернов,
- семантическая дифференциация дискурсов влечет за собой значительные изменения в культуре соответствующих социальных страт и, как следствие, существенные изменения в общенациональной системе ценностей, являющейся основой русской национальной культуры и русского менталитета.

**Заключение.** В 1990-е гг. произошла новая стратификация российского общества, отразившая глубокие политические и социально-экономические трансформации и перекроившая систему казавшихся устойчивыми общественных отношений и связей. Социальная дифференциация развивает и поддерживает сложившуюся в российском обществе в результате процесса стратификации статусную иерархию. Углубляющаяся социальная дифференциация повышает скорость изменения шаблонов мировосприятия и поведения людей, принадлежащих к разным социальным стратам.

Медийный дискурс превратился в эффективную дискурсивную машину, использующую разнообразные инструменты пропаганды для вербального и когнитивного воздействия на различные социальные страты и группы. При этом углубляющаяся социальная дифференциация находит выражение в дифференциации дискурсов. Рекламный контент, функционирующий в российской медиасистеме как наиболее значимый источник и продуктивная среда для продвижения коммерческого информационного контента, представляет собой действенный инструмент формирования нового типа культуры и трансформации на ее основе российского общества в общество потребления. Компаративный контент-анализ рекламной кампании ЦУМа и телевизионного рекламного ролика МТС позволил выявить актуальные тенденции, характеризующие состояние системы российских СМИ и современного медийного дискурса.

Примечательно, что создатели и апологеты российского медийного дискурса считают приемлемым и адекватным современному состоянию российского общества (1) углублять социальную дифференциацию, в том числе на основе возрастного подхода (с привлечением гендерного подхода): матери юных потребительниц были описаны как «ведьмы», которых надо бояться; в то время как «папочка» был описан как состоятельный человек, способный любить: «если ты меня любишь – купи»;

(2) вести социальную дифференциацию на основе гендерного подхода (так, 9 из 10 рекламных плакатов ЦУМа были предназначены на юных потенциальных потребителей женского пола);

(3) применять и закреплять социальные фильтры по финансово-экономическому критерию: «Ты не модный – прощай», «Кто не в PRADA – тот лох», «Кэшбек до 15 тысяч получил? Нет? – Вот это шляпа!»;

(4) применять в рекламных кампаниях любые приемы привлечения внимания, в первую очередь приемы пропаганды вплоть до эпатажа, без учета возраста и социального опыта потенциальных потребителей: используя слова и выражения «лох», «урод», «ведьма», «дьявол», «шмотки», «лопнуть от зависти», которые не могут входить в лексикон детей младшего школьного возраста в обществе, в котором эффективно действуют инструменты (в том числе фильтры) социальной защиты;

(5) содействовать употреблению сниженной и обценной лексики в медийном дискурсе и через него введению подобной лексики в повседневную разговорную речь и ее актуализации в общелитературном русском языке;

(6) используя инструменты пропаганды, подменять фундаментальные ценности русской культуры и русского менталитета квазиценностями, а автостереотипы и паттерны мировосприятия и поведения паттернами общества потребления, способствующими дальнейшей дифференциации российского общества внутри социальных страт;

(7) содействовать размыванию концепта социальной справедливости и «выдавливанию» его из русского менталитета, а также нравственных ориентиров, традиционно занимавших ключевое место в русской культуре, вместе с высокими душевными качествами, присущими русской национальной идентичности и закрепленными в русских паремиях и автостереотипах, а также стереотипах многих зарубежных культур.

Очевидно, что рекламные постеры ЦУМа, также как и телевизионные ролики МТС, превознося финансово-экономические возможности членов одних социальных групп и дискредитируя других, не имеющих аналогичных возможностей: «лох», «урод», «шляпа», – не способствуют развитию лучших духовных и душевных качеств личности и критериев морали, определяющих общественно значимое конструктивное поведение – то есть всего того, что входит в понятие нравственности, которая, по мнению И. Канта, является определяющим свойством человечества: «... только нравственность и человечество, поскольку оно к ней способно, обладают достоинством» [Нарский 1976].



Современное российское общество развивается в специфических экономических условиях, которые стали определяющими для его стратификации и углубляющейся дифференциации. Особенности рекламных сообщений, выявленные в результате анализа российского медиадискурса, свидетельствуют о том, что авторы информационного и креативного контента, превозносящие финансово-экономические достижения россиян, принадлежащих к первым двум топовым стратам, забывают о том, что «экономика – лишь условие и средство человеческой жизни, но не цель её, не высшая и не определяющая причина» [Бердяев<sup>1</sup> 2008].

Несмотря на масштабные процессы социально-экономической стратификации и дифференциации общества, протекающие, в том числе, на базе современного российского медиадискурса, мы полагаем, что в российской культуре и в русской культуре как ее базовом интегрирующем компоненте [Ахметзянов 2005] по-прежнему «есть место истинным ценностям» и что в этом мире – в том числе и в первую очередь в мире русской культуры и менталитета – «слова “любовь”, “дружба”, “честь” – не просто названия непрактичных и труднопродаваемых вещей» [Рой 2011].

#### Библиография

- Ахметзянов К.Г. Интегративная функция русской культуры. Дис. ... канд. филос. н.: 09.00.11. – Чебоксары: ЧГУ, 2005.
- Бердяев Н.А. Судьба России: Книга статей. Серия «Русская классика». – М.: Эксмо, 2008. – 640 с.
- Ворожбитова А.А. Исследовательские алгоритмы комплексного изучения дискурсивных процессов: Сочинская лингвориторическая школа (на примере российских глянцевого журналов) // *Slovak international scientific journal*. – 2017. – №2. – С. 31–38.
- Ворожбитова А.А., Скулкин О.В. Журналист как профессиональная языковая личность в лингвориторике современного российского глянцевого дискурса // *Известия Сочинского государственного университета*. 2013. №3 (26). С. 185–188.
- Ганиева Ю. «Кто не в Prada, тот лох!» обошлось ЦУМу в 400 тысяч рублей, 12.10.2007. <https://www.nakanune.ru/news/2007/10/12/297166/> (Дата обращения – 12.12.2019).
- КонсультантПлюс 2011. Постановление ФАС Московского округа от 26.09.2011 по делу N А40-143419/10-139-929 <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=AMS&n=148735#0264379298440536>.
- МС 2019. Шляпа. Молодежный сленг. <https://argo.academic.ru/6253/шляпа> (Дата обращения – 6.12.2019).
- Олешко Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура как фактор оптимизации информационно-коммуникативных процессов. Дис... д-ра филол. н.: 10.01.10 – Журналистика. – Екатеринбург, Уральский федер. ун-т, 2018.
- Нарский И.С. Иммануил Кант. Серия «Мыслители прошлого». – М.: Мысль, 1976. – 208 с.
- РИА Новости 2007 – ФАС заинтересовалась рекламой в московском ЦУМе. 09.08.2007. <https://ria.ru/20070809/70682121.html>. (Дата обращения – 10.12.2019).
- Рой О. Банкротство мнимых ценностей. – М.: Эксмо-Пресс, 2011. – 352 с.
- Скулкин О.В., Ворожбитова А.А. Глянцевый журнальный дискурс в России XXI века: лингвориторические параметры гендер-идеала: моногр. / О.В. Скулкин, А.А. Ворожбитова. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2018. – 176 с.
- Сорокин П.А. Социальная мобильность [пер. с англ. М.В. Соколовой]. – М.: Academia: LVS, 2005. – 588 с.
- ССЛЖС 2019. Шляпа. Словарь современной лексики, жаргона и сленга. <https://argo.academic.ru/6253/шляпа> (Дата обращения – 6.12.2019).
- ФЗ-38. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ. КонсультантПлюс. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/) (Дата обращения – 4.12.2019).
- ФСРЯ 2019. Снимать шляпу. Фразеологический словарь русского языка. [phrase\\_dictionary.academic.ru/2415/снимать\\_шляпу](http://phrase_dictionary.academic.ru/2415/снимать_шляпу) (Дата обращения – 17.12.2019).
- Castells, Manuel (2009). *The Rise of the Network Society*, Wiley-Blackwell; 2 edition, 2009, 656 p.
- Chan, Tak Wing & Goldthorpe, John H. (2007). *The Social Stratification of Cultural Consumption: Some Policy Implications of a Research Project*, *Cultural Trends*, 16:4, 373–384.
- Lievrouw, Leah A. & Livingstone, Sonia M. (2002). *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*, SAGE, 2002. – 475 p.
- Qiu, Jack Linchuan (2017). *Media and Society in Networked China (Rethinking Socialism and Reform in China)*. Series “Rethinking Socialism and Reform in China” (Book 2), BRILL; Lam edition, 240 p.
- Reich, Robert B. (1992). *The Work of Nations: Preparing Ourselves for 21<sup>st</sup> Century Capitalism*, Vintage, 1992, 331 p.
- Sorokin, P.A. (1947). *1962 Society, Culture, and Personality; Their Structure and Dynamics: A System of General Sociology*. New York: Cooper.
- Van Dijk, Teun (1996). *Discourse Power and Access: pp.84–104*. In: *Texts and practices: Readings in critical discourse analysis* (eds by Carmen Rosa Caldas-Coulthard, Malcolm Coulthard), Routledge, London, New York, 1996.
- Vorozhbitova, A., Karabulatova, I., Bzegezheva, Z., Druzhinina, V., & Pyankova, T. (2019). *A glossy magazine discourse of the early twenty-first century as a tool of globalization: Sochi school of linguistics and rhetoric*. *Amazonia Investiga*, 8(24), 170–180.
- Wang, Jianhua (2015). *Politics in Life: New Perspective of Labor-management Transformation of World Workshop*. Beijing: Social Sciences Academic Press (Ch).
- Warner, W.L. (Ed.). *Yankee City*. New Haven & London: Yale University Press, 1963.

<sup>1</sup> Бердяев Александр Николаевич (1874–1948) – русский религиозный и политический философ, представитель русского экзистенциализма и персонализма. Автор оригинальной концепции философии свободы. Был 7 раз номинирован на Нобелевскую премию по литературе (1942–1948).

## Средства экспликации образа горловчанина в текстах локальных СМИ

Дмитриева Юлия Леонидовна

Горловский институт иностранных языков  
284626, г. Горловка, ул. Рудакова, 25  
кандидат филологических наук, доцент  
E-mail: iksta\_aravar@mail.ru

**Аннотация.** В статье дано определение языкового образа как единицы метаязыка лингвистического исследования, указаны работы учёных, рассматривавших образ человека, приведены три базовых параметра данного образа. Автор трактует языковой образ как вербализованное восприятие окружающего мира и акцентирует внимание на особенностях формирования языкового образа как отклика на языковой материал. В работе выявлены и описаны языковые средства объективации образа горловчанина. Также в статье рассмотрено членение образа горловчанина в соответствии с основной культурной оппозицией «свой – чужой». Автор отмечает тесную связь анализируемого образа с образом Горловки.

**Ключевые слова:** образ, вербальный знак, образный ландшафт, культурный код, зоны «своего» и «чужого».

УДК 81.119 +659

## Means of verbalizing the image of the Gorlovka citizen in the local mass media

Julia L. Dmitrieva

Gorlovka Institute of Foreign Languages  
284626 Gorlovka, Rudakov Str., 25  
Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor  
E-mail: iksta\_aravar@mail.ru

**Abstract.** The article defines the linguistic image as a unit of metalanguage of linguistic research, indicates the works of the scholars who have explored the image of an individual, and singles out three basic parameters of this image. The author interprets the linguistic image as a verbalized perception of the surrounding world and focuses on the formation of the linguistic image as a response to linguistic material. The paper identifies and describes linguistic means of objectifying the image of Gorlovka residents. The article also discusses the division of the image of the city dweller in accordance with the main cultural opposition "native – foreign" noting a close relationship of the analyzed image with that of the city.

**Keywords:** image, verbal sign, figurative landscape, cultural code, zones of "native" and "foreign".

UDC 81.119 +659

**Введение.** Языковой образ трактуется как вербализованное зрительное восприятие онтологического мира, неотъемлемой частью которого является человек. Отметим, что образ человека неоднократно становился объектом исследовательского интереса учёных. Так, в труде В.В. Виноградова «История слов» описывается история функционирования и формирования современного значения лексемы *личность* (см. [Виноградов 1999: 271 – 309]), которая употребляется для обозначения «совокупности свойств, присущих определённому человеку, составляющих его индивидуальность» [Кузнецов 2000: Электронный ресурс]. В работах А.Д. Шмелёва, Е.В. Урысон, Т.В. Бахваловой и др. рассматривается внутренний мир человека, эксплицированный лексическими единицами *душа, сердце, интеллект* и т.д. Н.Д. Арутюнова, В.Г. Гак, Ю.Д. Апресян и др. исследуют образ человека сквозь призму его взаимоотношений с внешним миром. В работе Ю.С. Степанова «Константы. Словарь русской культуры» указывается, что при анализе константы человек в различных культурах можно выделить «три линии естественной параметризации, или аспектации» [Степанов 1997: 552]. Это человек в отношении, во-первых, к миру, как внешнему, так и внутреннему; во-вторых, к себе подобным; в-третьих, к обществу. Выделенные параметры объективируются в русской лингвокультуре как лексическими, так и грамматическими средствами. Однако образ жителя конкретной местности, в частности образ горловчанина, ранее не был объектом исследовательского интереса, что обуславливает актуальность нашей работы.

**Материалы и методы.** Материалом изучения послужили тексты локальных СМИ, а именно: одной из старейших газет города (По данным издательства газета «Кочегарка» выходит с 1919 г. [Кочегарка ДНР]). Автор использовал инструментарий когнитивной лингвистики – понятия образа как категории языкового сознания, параметров образа; лингвокультурологии – рассмотрено членение в рамках культурной оппозиции «свой» и «чужой».

**Обсуждение.** Являясь частью процесса познания, образ тесно связан с ощущениями, т.е. отдельными откликами перцептивной системы человека на импульсы среды, и модальностями восприятия, которые выступают доминантами познания объектов онтологического мира. При анализе образа учитываются такие параметры его формирования, как предметность, чувственность, означенность, выделение фигуры и фона. Данные параметры указывают на то, что в содержание образа включены не только чувственно познаваемые данные, но и субъективные интерпретации, а также информация об объекте, зафиксированная в опыте этноса. Например,

лексема *человек* интерпретируется как «живое существо, обладающее мышлением, речью, способностью создавать орудия и пользоваться ими в процессе общественного труда» [Кузнецов 2000: Электронный ресурс]. В приведенной словарной дефиниции объективированы представления человека о самом себе, а также репрезентированы такие параметры образа как означенность, предметность, чувственность.

Однако рассматриваемый в данной работе образ человека – жителя определённой местности – эксплицирован словом *горловчанин*, которое не зафиксировано в толковых словарях русского языка. Его значение выводимо из корня, называющего территорию проживания, и суффикса со значение принадлежности к указанной местности. Кроме того, в текстах новостного издания анализируемый образ вербализован словосочетанием *житель Горловки*, т.е. «тот, кто живёт, проживает» [Кузнецов 2000: Электронный ресурс] в городе Горловке. Ср.: *Первые дни наступившего года стали для горловчан по-настоящему особенными* [Кочегарка ДНР. 16.01.2020: Электронный ресурс]; *Все эти события не могли не радовать жителей Горловки* [Там же].

В современных лингвистических исследованиях образ включают в число базовых единиц промежуточного языка, который присущ тезаурусному уровню (уровню знаний о мире) языковой личности (Ю.Н. Караулов, Е.Г. Беляевская, М.Я. Розенфельд и др.). Рассматриваемый феномен позволяет соразмерно отобразить объект онтологического мира и воссоздать его из коллективного опыта, закреплённого в естественном языке. Н.А. Илюхина интерпретирует образ как «способ структурирования семантического континуума и единицу такого структурирования – результат отражения реалии в языке и сознании» [Илюхина 2010: 14]. Исследователь отмечает, что образ составляют признаки познаваемого объекта, которые объективируются лексическими средствами. При описании образа коня Н.А. Илюхина вводит понятие ассоциативно-семантического поля, которое объединяет все слова, прямо или метонимически называющие исследуемый феномен. Так, образ горловчанина, кроме указанных выше прямых наименований, в текстах локальных СМИ эксплицирован конкретными именами существительными, называющими социальный статус или род деятельности человека, и онимами. Ср.: *17 января, в первый день выставки, учреждение посетили учащиеся лицея № 14* [Кочегарка ДНР. 23.01.2020: Электронный ресурс]; *Изыюмку мероприятия придавала живая классическая музыка в исполнении хорошего друга музея – преподавателя музыкальной школы № 1 Е.В. Чекановой* [Там же]; *Чтобы закрепить полученный объём информации, для юных посетителей была организована викторина* [Там же]; *Ребята быстро находили ответы на все вопросы научных сотрудников* [Там же]; *Директор Горловского художественного музея Светлана Стрельцова отмечает, что в фондах учреждения содержится свыше 3 500 работ выдающихся деятелей изобразительного искусства* [Там же]; *Сотрудники Горловского художественного музея приглашают жителей и гостей нашего города посетить учреждение и окунуться в чарующий мир изобразительного искусства* [Там же]. В предложениях образ горловчанина вербализован как словами тематической группы «Род деятельности» (*учащийся, преподаватель, сотрудник, директор* и т.д.), так и собственными именами (*Е.В. Чеканова, Светлана Стрельцова*). Кроме того, в тексте образ горловчанина эксплицирован лексемами, указывающими на возрастную дифференциацию жителей города. Ср.: «Юный – малолетний, детского или отроческого возраста» [Кузнецов 2000: Электронный ресурс]; «Ребята – маленький мальчик или маленькая девочка» [Там же]; «Сотрудник – тот, кто работает вместе в каком-либо учреждении; служащий» [Там же].

Отметим, что в приведённых примерах сохраняется свойственное русской лингвокультуре членение на «своих» и «чужих». Оно зафиксировано сочетанием *жители* и *гости города*. Согласно данным этнолингвистического словаря «Славянские древности», гость априори относился к зоне «чужого». Ср.: «Принадлежностью к сфере ‘чужого’ определяется в народной традиции особый статус **гостя, нищего** (странника), **священника, колдуна**, что проявляется в ‘ритуализованном’ отношении к ним» [Славянские древности 2009: 582].

Также в приведённых примерах анализируемый образ вербализован лексемой *друг*, т.е. «человек, связанный с кем-либо, чем-либо отношениями дружбы» [Кузнецов 2000: Электронный ресурс].

Следовательно, в проанализированных предложениях образ горловчанина, объективированный лексическими средствами, описывается через отношение к себе подобным и к социуму. В новостных текстах также эксплицирована оппозиция «свой – чужой», свойственная русской лингвокультуре.

Б.М. Гаспаров указывает, что языковые образы возникают в ответ на языковой материал и выступают стимулом для его интерпретации. Так, образ горловчанина репрезентирован в текстах локальных СМИ также словом *горожанин*, которое рассматриваем как универсальное название жителя любого города. Только в определённом контексте данный вербальный знак эксплицирует рассматриваемый образ: *Как временное приостановление комендантского часа повлияло на жизнь прифронтового города, корреспонденты «Кочегарки ДНР» узнавали в беседах с горловчанами. Некоторые горожане выразили мнение, что комендантский час необходим в сложившейся военной обстановке, с ним спокойнее, безопаснее и уже как-то привычно* [Кочегарка ДНР. 16.01.2020: Электронный ресурс]. Также в данных примерах анализируемый образ эксплицирован лексемой *корреспондент*, которую относим к тематической группе «Род деятельности».

Отметим, что Б.М. Гаспаров рассматривает языковой образ как отражение в сознании человека «личных жизненных, художественных, интеллектуальных впечатлений» [Гаспаров 1996: 248]. Так, в статье «Поэт и гражданин Е.И. Легостаев» образ горловчанина эксплицирован именем известного горловского поэта Евгения Ивановича Легостаева. Также в статье используются онимы известных жителей Горловки, которые объективируют образ жителя данного города. Ср.: *Член ЛитО «Забой» Сергей Чернявский впервые познакомился с поэтом в 1985 году, придя в литературное объединение, руководителем которого был Евгений Иванович: «Тогда мне довелось узнать, что Легостаев работал в школе учителем труда. Одним из его учеников был будущий космонавт Александр Волков»* [Кочегарка ДНР. 06.12.2019: Электронный ресурс]; *Сокровенными воспоминаниями о Легостаеве также делились автор флага и герба города, почетный гражданин города*

Горловки *Леонид Толстов*, писатель *Сергей Таран* и многие другие [Там же]. Кроме того, образ горловчанина выражен вербальными знаками член *ЛитО*, *поэт*, *учитель*, *ученик*, *космонавт*, *руководитель*, *автор флага и герба города*, *почётный гражданин*, *писатель*, которые эксплицируют представления об отношении анализируемого образа к социуму (называют род деятельности и социальную роль жителя Горловки).

Отметим, что языковой образ позволяет установить наличие или отсутствие языкового выражения в языковой памяти человека. Он способен совместно с другими образами формировать образные ландшафты, включаться в речемыслительную деятельность в качестве фона. Так, образ горловчанина и образ города тесно связаны, например, при определении социального статуса горловчанина указывается и город (*почётный гражданин города*, *автор флага и герба города* и т.д.). При самоидентификации человек называет место своего жительства или конкретизирует район проживания. Ср.: *Алеся и Павел, проживающие в районе шахты «Кочегарка»*: «Несомненно, в приостановлении действия комендантского часа есть огромный плюс – находясь в гостях не нужно наблюдать за часами, вместе с *детьми* вечером можно посетить городскую елку и не торопиться домой, а для *молодежи* это возможность больше времени проводить с *друзьями*» [Кочегарка ДНР. 16.01.2020: Электронный ресурс]. В данном тексте образ горловчанина вербализован именами собственными *Алеся* и *Павел*, лексемами *гость*, *дита*, *молодёжь*, *друг*. Отметим, что они конкретизированы в тексте статьи указанием места жительства (*район шахты «Кочегарка»*), которое, в свою очередь, объективирует образ Горловки – одну из старейших частей города (см. [Дмитриева 2019: 106 – 108]). Кроме того, образ города эксплицирован вербальными знаками *городская ёлка*, *домой*, которые также выражают представления о членении пространства на зоны «своего» и «чужого». Аналогичное противопоставление зафиксировано и в тексте *В этом году, впервые за долгое время, мы с семьёй встретили Новый год на площади Победы! Водили хороводы вокруг городской елки, поздравляли близких и совершенно незнакомых людей, которые праздновали рядом с нами* [Кочегарка ДНР. 16.01.2020: Электронный ресурс]. К зоне «своего» отнесены члены семьи и близкие, а к зоне «чужого» – те, кто не входит в эту категорию. Отметим, что образ горловчанина эксплицирован в данном примере местоимением *мы* и его падежной формой, а также лексемами *семья*, *близкий*, *люди*. Образ города вербализован агоронимом *площадь Победы* и словосочетанием *городская ёлка*.

**Заключение.** Образ горловчанина в языковом сознании индивидуума и/или социума объективирован словами тематической группы «Род деятельности», лексемами, выражающими отношение горловчанина к себе подобным и к социуму. Кроме того, в новостных текстах зафиксировано представление о свойственном русской лингвокультуре членении на зоны «своего» и «чужого». Рассматриваемый образ тесно связан с образом Горловки, формируя с ним образный ландшафт малой родины.

#### Библиография

Гаспаров Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. – М.: «Новое литературное обозрение», 1996. – 352 с.

Большой толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] / Сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб.: «Норинт», 2000. – Режим доступа: <http://slovariki.org/tolkovyyj-slovar-kuznecova>

Дмитриева Ю.Л. Образ Горловки в региональных масс-медиа / Ю. Л. Дмитриева // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты: научн. журнал / ФГБОУ ВПО «Сочинский гос. ун-т», 2019. – № 24. – С. 106–108.

Кочегарка ДНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://gazeta-dnr.ru/category/gazety/kochegarka\\_dnr/](http://gazeta-dnr.ru/category/gazety/kochegarka_dnr/)

Славянские древности: Этнолингвистический словарь [в 5-ти т.]; Под общ. ред. Н.И. Толстого. Т. 4. – М.: «Международные отношения», 2009. – 656 с.

Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю.С. Степанов. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.

**Прагмалингвистические исследования речевого портрета общественных деятелей в блогосфере**

<sup>1</sup>Матвеева Галина Григорьевна

<sup>2</sup>Мясищев Георгий Игоревич

<sup>1</sup>Донской государственный технический университет, Россия

344015, г. Ростов-на-Дону, Гагарина, 1

доктор филологических наук, профессор

E-mail: gegemat@mail.ru

<sup>2</sup>Донской государственный технический университет, Россия

344015, г. Ростов-на-Дону, Гагарина, 1

аспирант

E-mail: georgy-2583@yandex.ru

**Аннотация.** Исследование посвящено прагмалингвистическим аспектам изучения речевого поведения блогера в публичном пространстве сети Интернет. Скрытая прагмалингвистика изучает речевое поведение. Под речевым поведением подразумевается устойчивый выбор речевых предпочтений Отправителем текста грамматических и текстуальных категорий, который закреплен в его сознании коммуникативным опытом. Данный выбор реализуется неосознанно и автоматически в одних и тех же ситуациях общения в конкретике времени и коммуникативного пространства (здесь и сейчас). Можно говорить о стереотипе речевого поведения, который формируется из единовременного осознанного выбора грамматических и текстуальных форм на этапе развития коммуникативных навыков человека на языке общения и в дальнейшем закрепляется в сознании. Такой стереотип реализуется каждый раз в сходной ситуации общения и не предполагает подбора грамматических и текстуальных категорий из общего лингвистического базиса каждый раз заново. Изучение речевого поведения блогеров по четырем скрытым прагмалингвистическим стратегиям показал, что типичным поведением общественного деятеля является проявление лидерских качеств в речи, категоричное, но при этом достаточно нейтральное с позиций оценивания изложение текста сообщений. При этом блогеры демонстрируют стремление излагать сообщения как имеющие место быть в объективной действительности. Показательно, что ни один из проанализированных блогеров не демонстрирует однозначного набора всех черт в речевом поведении. Анализ планов речевых стратегий показал, что в индивидуальном речевом поведении блогера доминируют некоторые черты, а другие проявляются слабо. При этом однозначных зависимостей, например, плана категоричности и положительных оцениваний, не прослеживается. Это позволяет подчеркнуть индивидуальность реализации интуитивно присущих черт личности в речевом поведении блогера.

**Ключевые слова:** прагмалингвистика, речевое поведение, блогер, общественный деятель, Интернет-коммуникация

УДК 81.1

**Pragmalinguistic studies of public figures' speech portraits in blogosphere**

<sup>1</sup> Galina G. Matveeva

<sup>2</sup> George I. Myasishchev

<sup>1</sup>Don State Technical University, Russia

344015 Rostov-on-Don, Gagarin Str., 1

Doctor of Sciences (Philology), Professor

E-mail: gegemat@mail.ru

<sup>2</sup>Don State Technical University, Russia

344015 Rostov-on-Don, Gagarin Str., 1

Post-graduate Student

E-mail: georgy-2583@yandex.ru

**Abstract.** The paper discusses pragmalinguistic aspects of investigating a blogger's speech behavior in the public space of the Internet. The covert pragmalinguistics studies communicative behavior as a text sender's stable choice of speech preferences, grammatical and textual categories entrenched in his / her mind due to prior experience. This choice is realized subconsciously and automatically in similar communicative situations at a particular time and place (now and here). One can talk about the speech behavior stereotypes formed from a single conscious choice of grammatical and textual forms at a certain stage of development of communication skills in language use which is further entrenched in the mind. This stereotype is activated every time in similar communicative situations without selection of grammatical and textual categories from the *lingua mentalis*. The research into speech behavior of bloggers according to four covert pragmalinguistic strategies reveals that the typical behavior of a public figure consists in the manifestation of leadership qualities in speech, categorical though quite neutral with respect to text evaluation. At the same time, bloggers demonstrate a desire to narrate messages as they are in the objective reality. It is significant that the speech behavior of none of the bloggers reveals an unambiguous set of all features. The analysis of speech strategy

plans shows that a blogger's individual speech behavior is dominated by one set of features with others being in the background. However, there are no straightforward dependencies, for example, between the categorical plan and positive assesment. This allows to emphasize the individuality of intuitive implementation of inherent personality traits in bloggers' speech behavior.

**Keywords:** pragmalinguistics, speech behavior, blogger, public figure, Internet communication

UDC 81.1

**Введение.** В данной публикации представлены результаты изучения речевого поведения блогеров в коммуникативном пространстве сети Интернет.

С этой целью были проанализированы высказывания 10 известных общественных деятелей и решены следующие задачи:

1. Дано определение основных терминов и понятий, употребляемых в статье и описан проведенный прагмалингвистический эксперимент.

2. Представлены результаты объективного прагмалингвистического эксперимента по методике модифицированного контент-анализа и основные выводы из него.

**Материалы и методы.** Понятие «общественный деятель» относится к сфере социальных наук и бытовой речи. В научном обиходе под общественным деятелем понимается лицо, добровольно занимающееся решением проблем, которые относятся к сфере политических, культурных, профессиональных нужд общества [Aijmer Karin, 2013]. В объективном, физически представленном мире общественный деятель известен относительно широкому кругу лиц – максимально всему обществу, и постоянно участвует в реализации каких-либо социальных, профессиональных и иных программ, встречах с гражданами, должностными лицами, журналистами и другими членами общества [Wharton T., 2009; Yan Huang, 2014; Матвеева, Зюбина, 2018: 26–32; Матвеева, Ленец, Петрова, 2013; Овчинникова, 2002]

В виртуальном Интернет-пространстве общественный деятель представлен в виде известного лица, актуализирующего острые вопросы, побуждающего дискуссию и интерес к насущным проблемам общества. Общественный резонанс, который поднимают в медийном пространстве Интернет-коммуникации общественные деятели, позволяет привлечь внимание к насущной проблеме большое количество людей и, тем самым, способствовать ее разрешению. Например, публикации в сети Интернет общественными деятелями материалов о жестоком избении маленького ребенка не позволили преступникам избежать наказания [Горошко, 2006; Дмитрук, 2013; Темиргазина, 2018; Фомин, 2003; Холодная, 2002; Шевелёва, 2010: 50-54.]. В этой связи основной целью речедеятельности общественного деятеля в сети Интернет является привлечение внимания пользователей сети, возбуждение публичной дискуссии, получение отзывов по проблемам, поднимаемые в публикации, от различных лиц.

Скрытая прагмалингвистика концентрирует свое внимание на речевом поведении, которое, по определению, играет важнейшую роль в профессиональной деятельности медиалица (общественного деятеля).

В сети Интернет существуют различные речевые жанры коммуникации. В настоящем исследовании изучается жанр блога и речевое поведение медиаличностей, именуемых блогерами – по наименованию жанра.

Жанр блога определяется как веб-страница, содержащая частный сетевой дневник, который адресован широкому читателю, доступен ему без ограничений, содержит возможность обратной связи [Кант 1999; Маркова 1992; Матвеева, Зюбина 2018: 26–32; Матвеева, Ленец, Петрова, 2013; Овчинникова, 2002; Попова 2012; Темиргазина 2018]. Дневниковый характер предполагает более непосредственное изложение своих мыслей блогером, более естественное речевое поведение, которое демонстрирует проявление его личных качеств, речевых предпочтений и стереотипов [Фомин 2003].

Речевое поведение характеризуется выбором одного из предпочтительных планов (скрытых интенций) речевой стратегии. Речевая стратегия – воздействующее речевое поведение, которое направлено на изменение когнитивного состояния Получателя сообщения. Скрытые речевые стратегии предполагают, что такое направленное речевое воздействие не осознается сторонами коммуникации, но может быть обнаружено при исследовании. Сознанию индивида свойственно накапливать получаемые извне сигналы даже если они не идентифицируются однозначно рассудочным способом. Получатель составляет мнение о сообщении и о Говорящем на основе осознаваемых и не осознаваемых речевых сигналов. Осознаваемые сигналы обрабатываются рассудком и служат для мотивации Получателя к определённым действиям или бездействию, а неосознаваемые воспринимаются подсознанием и служат для формирования отношения к полученному сообщению и Отправителю текста и оценивания их.

Выбор одного из предпочтительных планов речевой стратегии Отправителем сообщения осуществляется автоматически и свидетельствует о его речевых предпочтениях. Планы речевых стратегий складываются из совокупности речевых сигналов одного и того же типа и на формальном уровне выражаются в малых синтаксических группах (МСГ) текста сообщения.

Анализ повторяемости и распределенности МСГ, относящихся к разным планам, позволяет выявить доминанту того или иного плана в индивидуальной речи Говорящего по закономерности употребления однотипных сигналов.

**Обсуждение.** Проведенный авторами эксперимент представлял собою изучение текстов сообщений в блогах.

Предварительная подготовка состояла в разбивке текстов на МСГ. Общее число составило 30258 МСГ. Количество МСГ в одном сообщении блога составляет от 32 МСГ до 1373 МСГ, что в свою очередь зависит от длины сообщения. Средняя величина изученных сообщений составляет 485 МСГ. Для анализа были выбраны

пять стратегий: три эмотивно-направленные и две коннотивно-направленные. В среднем количество МСГ на одну стратегию составило 5043 МСГ.

Данные были систематизированы и обработаны по следующему плану:

1) подсчет частоты актуализации планов в процентном отношении.

2) расчет среднеречевой показатель (СРП) каждого плана изучаемых стратегий. Среднеречевой показатель, в данном случае, определяет речевую поведенческую норму, характерную для блогеров по каждому плану. Сопоставление показателей каждого блогера с СРП показывает разницу в поведенческих речевых реакциях блогеров от условного стандарта коммуникативной группы.

3) Далее был рассчитан доверительный интервал шага отклонений показателей от СРП, который позволяет определить абсолютные речевые показатели (АРП) Диагностирующими являются те АРП, которые выше или ниже допустимого шага отклонения от СРП (AS) и не входят в доверительный интервал.

Все расчеты были автоматизированы и велись с использованием программного обеспечения Microsoft Office -Excel.

4) На заключительном этапе полученные данные были использованы для интерпретации речевых портретов блогеров и диагностирования личностных характеристик демонстрируемого в речевом поведении блогера реал-имиджа.

По итогам проведенного исследования были получены следующие результаты.

Эмотивно-направленная стратегия «Участие/неучастие Отправителя в сообщении» показал следующее:

Наибольшее количество речевых сигналов личного плана присутствует в сообщениях К.А. Жукова (64,7%), М.Д. Прохорова (58,4%) и З. Прилепина (46,2%), что позволяет говорить об акцентуации в их речевом поведении лидерских качеств, проявления доминантного темперамента в манере речи, выборе речевых сигналов.

Речевая стратегия «Категоричное или некатегоричное поведение Говорящего» была исследована и по итогам получены следующие результаты:

Наиболее категоричны высказывания в блогах, принадлежащих Б. Акунину (41,9%), З. Прилепину (37,4%), А.А. Навальному (41,6%), К.А. Жукову (34,1%). Наименее категоричен в своих сообщениях Е.Н. Яковлев – 87,6%.

Данные говорят о том, что блогеры стремятся демонстрировать уверенное, категоричное поведение, что определяется жанром блога – необходимостью демонстрировать однозначность и уверенность в речевом поведении. Высокий процент некатегорических утверждений у Е.Н. Яковлева объясняется привычкой к академическому стилю речи, который предполагает высокую информативность и сдержанность в однозначных оценках и определениях.

Исследование речевых предпочтений в стратегии «Вероятностное оценивание событий» демонстрирует следующие результаты.

Наибольший процент высказываний, содержащих сигналы плана действительных событий, мы наблюдаем у Е.Н.Яковлева (65,3%), З. Прилепина (63%), М. Д. Прохорова (62,3%), К.А. Жукова (61,5%). Данный показатель связан с тем, что значительная часть сообщений связана с восприятием блогерами как имеющих место в текущей действительности, погруженности говорящего в реальность повествования и репрезентацию сообщения Получателю как совершающегося «здесь и сейчас» явления.

Нереализованные события доминируют в сообщениях П.Перца (58,4%), А.А. Навального (48,6%), З. Прилепина (45,9%).

Изучение речевой стратегии «Оценивание в речевом поведении Говорящего» показало, что наиболее положительные сообщения встречаются в блогах Д.Ю. Пучкова (11,4%) и Д.А. Медведева (12,9). Наибольшее количество отрицательных оцениваний встречается в сообщениях А.А. Навального (11,1%), М.Д. Прохорова (9,7%). В целом, доминируют нейтральные оценивания. Привычным для блогеров является нейтральное, без эмоциональное изложение текста сообщения.

**Заключение.** Анализ изучения речевого поведения блогеров по четырем скрытым прагмалингвистическим стратегиям показал, что типичным поведением общественного деятеля является проявление лидерских качеств в речи, категоричное, но при этом достаточно нейтральное с позиций оценивания изложение текста сообщений. При этом блогеры демонстрируют стремление излагать сообщения как имеющие место быть в объективной действительности.

Необходимо отметить, что ни один из проанализированных блогеров не демонстрирует однозначного набора всех черт в речевом поведении. Анализ планов речевых стратегий показал, что в индивидуальном речевом поведении блогера доминируют некоторые черты, а другие проявляются слабо. При этом однозначных зависимостей, например, плана категоричности и положительных оцениваний, не прослеживается. Это позволяет подчеркнуть индивидуальность реализации интуитивно присущих черт личности в речевом поведении блогера.

#### Библиография

Aijmer Karin. Understanding Pragmatic Markers: A Variational Pragmatic Approach. Edinburgh University Press, 2013. –162 p.

Wharton T. Pragmatics and non-verbal communication. New York: Cambridge University Press, 2009. – 229 p.

Yan Huang. Pragmatics & Second Edition. Oxford University Press, 2014. – 440 p.

Горошко Е.И. Интернет-коммуникация: проблема жанра / Е.И. Горошко // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. – Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 4. – 2006. – С. 165–175.

- Гусейнов Г. Наблюдения над особенностями речевого поведения в новых русских анклавах Германии // 11. Fortbildungstagung für Russischlehrer an bayerischen Gymnasien. Regensburg, 1997, S. 36–44.
- Дмитрук О.В. Лексическая составляющая манипуляции сознанием в средствах массовой информации // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сб. ст. по матер. XXIV междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК, 2013.
- Кант И. Антропология с прагматической точки зрения. – СПб., 1999.
- Маркова Н.А. Прагматическая переинтерпретация значения слов в речи персонажа как проявление его языковой личности: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. - СПб., 1992.
- Матвеева Г.Г., Зюбина И. А. Письменный текст: подходы к выявлению скрытой прагматики // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2018. – Т. 17, № 2. – С. 26–32. [Электронный ресурс]. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2018.2.3>
- Матвеева Г.Г., Ленец А.В., Петрова Е.И. Основы прагмалингвистики./ монография. – М.:ФЛИНТА, 2013. – 232 с.
- Овчинникова И.Г. Ассоциативный механизм в речемыслительной деятельности: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – СПб., 2002.
- Попова Т.И., Вознесенская И.М., Колесова Д.В., Савотина В.М. Интернет-пространство: речевой портрет пользователя / под ред. Т.И. Поповой. СПб.: Эйдос, 2012. – 224 с.
- Темиргазина З.К. Современные теории в отечественной и зарубежной лингвистике/ З.К. Темиргазина. – Павлодар, 2002. – 218 с.
- Фомин А.Г. Психолингвистическая концепция моделирования тендерной языковой личности. – Кемерово: Кузбассвуиздат, 2003.
- Холодная М.А. Психология интеллекта. Парадоксы исследования. – СПб: Питер, 2002.
- Шевелёва И.А. Лингвистические особенности дискурса Интернет СМИ // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2010. Вып. 41. – С. 50–54.



**Интерпретация медийного дискурса как фактор успешной межкультурной коммуникации и необходимое условие формирования профессиональной языковой личности в контексте глобализации**

Стародубова Ольга Юрьевна

Московский государственный лингвистический университет, Россия  
119034, г. Москва, ул. Остоженка, 38  
кандидат филологических наук  
E-mail: oystarodubova@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматривается риторический и лингводидактический потенциал медийного дискурса, который в контексте глобализации представляет собой способ лингвокогнитивного моделирования национальных, культурных, нравственных констант. Медиациентричность современного общества требует навыков интерпретации аутентичных текстов (в особенности иностранными учащимися), что предполагает учет интертекстуальности, проявлением которой становится прецедентный феномен как носитель этнокультурного кода. Анализ прецедентности способствует успешному диалогу культур, формированию навыка межкультурной коммуникации, а также целого ряда компетенций профессиональной языковой личности.

**Ключевые слова:** медийный дискурс, лингводидактический и риторический потенциал, прецедентный феномен, этнокультурный код, РКИ, межкультурная коммуникация.

УДК 81,42

**Media discourse interpretation as a factor of successful intercultural communication and a condition for the formation of a professional linguistic personality in the context of globalization**

Olga Y. Starodubova

Moscow State Linguistic University, Russia  
119034 Moscow, Ostozhenka Str., 38  
Candidate of Sciences (Philology)  
E-mail: oystarodubova@mail.ru

**Abstract.** The article discusses the rhetorical and linguodidactic potential of media discourse, which in the context of globalization becomes a way of linguistic cognitive modeling of national, cultural, and moral constants. The media-centricity of modern society requires skills to interpret authentic texts, especially by foreign students, which involves taking into account intertextuality, manifested in the precedent phenomenon as a carrier of the ethnocultural code. The case study contributes to a successful dialogue of cultures, the formation of intercultural communication skills, as well as a number of competencies of a professional linguistic personality.

**Keywords:** media discourse, linguodidactic and rhetorical potential, precedent phenomenon, ethnocultural code, Russian as a foreign language, intercultural communication.

UDC 81, 42

**Введение.** На современном этапе развития современного знания картина мира в связи с антропоцентризмом и глобализацией меняет свой вектор с научно-технического на гуманитарный. Антропоцентризм как доминанта современной научной парадигмы становится непременным компонентом любого знания, в том числе лингвистического. Облик гуманитарных также претерпевает значительные изменения. Прежде всего отмечается многообразие предлагаемых подходов к решению проблем, относимых к разряду вечных и одновременно актуальных, а также обращение ученых к вопросам, которые априори не могут найти однозначного ответа, а потому закономерно порождают доминанту междисциплинарности. К числу таковых относится, например, вопрос формирования *новой парадигмы мышления* языковой личности, аутентичной картины мира, системы ценностей на фоне процессов *глобализации*.

На этом фоне актуальными становятся проблемы формирования межкультурной компетенции профессиональной языковой личности, а также сохранения или преобразования ряда идентичностей с одновременным формированием новых в русле доминанты *толерантности*, обеспечивающих *неконфликтный диалог культур*, в ходе которого непременным условием качества становится понимание и связанные с ним вопросы семантической адекватности.

Процесс межкультурной коммуникации осуществляется в том числе через текст, архивирующий культурные смыслы, основные концептосферы и оказывающий влияние на социокультурную ситуацию. Одним из ведущих механизмов формирования новой парадигмы мышления, когнитивной структуры личности, вовлеченной в процесс межкультурной коммуникации, становится *прецедентный феномен* (ПФ), который является отражением интертекстуальности как ведущей приметы эпохи.

Доминирующим на фоне глобального преобразования формата коммуникации становится медийный дискурс. При этом ПФ, интерпретирующий информацию, становится мощным средством манипуляции массовым сознанием, определяя восприятие происходящего сквозь призму прецедентной антиномии *своего – чужого*.

К бинарной оппозиции на фоне *глобализации* добавляется третий компонент – *универсальное*, который и формирует лингвокультурную ситуацию современности, корректируя когнитивную структуру языковой лич-

ности вне и с учетом национальной идентичности. Средством такой коррекции в арсенале многочисленных механизмов (включая пресуппозицию), является прецедентный феномен (ПФ) как топос в риторике всех стран, способный имплицитно формировать определенную модель мировосприятия, влиять на оценочные механизмы перцепции окружающего мира и поведенческие стереотипы.

**Материалы и методы.** Медиа́текст современности является одной из самых распространенных форм существования языка, продуктом культуры. Одна из его принципиальных характеристик – междисциплинарность, в связи с чем необходимо его всестороннее и системное исследование, которое невозможно без комплексного филологического анализа, предполагающего рассмотрение медийного дискурса как целостной многоуровневой структуры в неразрывной связи вербальных и медийных характеристик [Добросклонская 2005: 8]. Именно поэтому медиа́текст подвергается комплексному анализу, при этом используются методы этнопсихолингвистики, когнитивистики, риторики и т.д., лингвокогнитивное моделирование, концептуальный анализ.

**Обсуждение.** В эпоху постмодерна медийный дискурс становится ведущим ресурсом формирования когнитивной парадигмы, представляет собой способ лингвокогнитивного моделирования этнокультурного кода. Современная реальность порождает особый статус слова, являющегося носителем и показателем культуры общества: из литературоцентричной она становится *медиацентричной* [Анненкова 2012: 12]. На этом фоне медиа́текст характеризуется как ценный учебный материал [Чичерина 2008: 26], [Столетова, Шенлебен 2019: 406] в практике преподавания русского языка иностранным учащимся. Специфика медийного дискурса является основанием его активного привлечения в процессе обучения при формировании целого ряда компетенций: рецептивной речевой, лингвокультурологической, коммуникативной и т.д.

Термин медиа́текст впервые появился в англоязычной литературе в конце 90-х годов XX века и рассматривался как родовое понятие, объединяющее ряд вариантов: СМИ, публицистический текст, газетный текст, журналистский, рекламный, теле- и радио-, PR-текст и т.д. При многообразии номинаций основной характеристикой медиа́текста (медийного дискурса) является его посреднический характер между событием, фактом и реципиентом (читателем, зрителем), а также интердискурсивный и интерпретативный характер. Новостное событие подается не в виде констатации факта, а в формате интерпретации автором. Таким образом, в зависимости от интенции журналиста, а также целого ряда его идентичностей (национальной, гендерной, возрастной, религиозной, социальной и т.д.) и профессиональной компетенции потребитель конечного продукта получает *не только преломление события* сквозь призму видения генерализованного субъекта, но и *модель* перцепции целого ряда аналогичных фактов, а также ключевых, базовых для нации концептов. Вектор интерпретации при этом задается *лингвистическими ресурсами*, которые использует автор.

*Целью* данной статьи является рассмотрение риторического и лингводидактического потенциала медиа́текста как учебного материала в практике преподавания РКИ на фоне *прецедентности* как одной из ведущих его характеристик.

Ведущей приметой современного медиа́текста становится интертекстуальность: «Нынче мы знаем, что текст представляет собой не линейную цепочку слов <...>, но многомерное пространство <...>; текст соткан из цитат, отсылающих к тысячам культурных источников» [Барт 1989: 388]. Комментируя новую информационную парадигму, Г.Я Солганик подчеркивает, что эпоха культуры готового, раскавыченного слова выводит на новый уровень интерпретацию факта [Солганик 1997: 33], формирует особую модель национально-культурных стереотипов, когнитивную и нравственную парадигмы.

Одним из ярких проявлений интертекстуальности является *прецедентность*. Впервые термин «прецедентный текст» (ПТ) прозвучал в 1986 году в докладе отечественного учёного Ю. Н. Караулова на VI Международном конгрессе преподавателей русского языка и литературы. ПФ становится средством интерпретации современной действительности. Эквивалентом термина прецедентный феномен становится логоэпистема, понимаемая как «разноуровневые лингвострановедчески ценные единицы: слова-понятия, пословицы, поговорки, ... фразеологизмы, афоризмы, «говорящие» имена и названия, строчки из песен и стихотворений, из произведений художественной литературы и т.п.» [Костомаров, Бурвикова, 2006: 13]. Сквозь призму прецедентности, автор повышает ценность, этих феноменов в сознании адресата, имплицитно заставляя получателя информации (инофона) обратиться к источнику ПФ и его исходной семантике, поскольку для понимания ПФ в новом информационном поле и преодоления чуждости текста, авторских интенций необходимо знание пресуппозиции. Это знание историко-культурного контекста обеспечивает не только понимание текста, но и постепенное формирование этнокультурной компетенции *профессиональной языковой личности*. Поэтому в процессе обучения русскому языку важно профессиональное обращение к медиа́тексту, который является источником интертекстуальности.

Среди *источников* ПФ особое внимание при изучении русского языка инофонами следует обращать на *фольклор и русскую литературу*, комментируя при этом *ядро семантики и периферию*, а также динамику семантической структуры ПФ в новом информационном поле, отмечая изменения, комментировать их с точки зрения этического компонента, приемов включения в текст и эффективности воздействия на массовое сознание (манипуляция или формирование общественного мнения). В этом случае происходит постепенное формирование устойчивого навыка критической перцепции текста, подкрепленного знанием истории и культуры, а также понимание *динамики базовых для этноса ценностей*.

Наиболее частотным, например, в российском медиадискурсе является обращение к золотому фонду литературы – наследию А.С. Пушкина, А.П. Чехова, А.С. Грибоедова, М.Ю. Лермонтова, Е. Баратынского, А. Блока и т.д., что свидетельствует о стабильности нравственных констант современного общества. Например, *Москва! Как много в этом звуке* (о мероприятиях, посвященных Дню города); *Счастливые часов не наблюдают?* (о решении проблем с очередями в ЗАГС); *Что ищет он в краю далеком?* (ирония по поводу мигрантов); *В*

колбасе все должно быть прекрасно; *Но мы не властны над собой* (бытовая драма); *Герой нашего времени* (в двух новостных заголовках: о предприимчивом молодом человеке, снимавшем на камеру помощь старушке, и во втором сюжете – демонстрация толерантности, русского человека в отношении представителя нового света, спасающего животных); *Нам не дано предугадать?* (о проектах по благоустройству Москвы); *Ночь. Улица. Фонарь... аптека?* (бытовая драма); *Война и... мир* (о ситуации в Сирии и российской миссии) и т.д.

Обратимся к анализу примеров. Следующий заголовок иллюстрирует категорию *универсальное* при восприятии *чужого* на фоне *своего*, снимая в новостном сегменте потенциально возможную предконфликтную напряженность в межкультурной коммуникации: *От всего серба (Москва с сербским акцентом)*, (телеканал Москва 24, 2019) – новостной повод: столица глазами иностранцев. Речь в сюжете идет об активном участии серба, приехавшего в столицу России совсем недавно и сразу полюбившего Москву, в мероприятиях, посвященных Дню города (мастер-класс по приготовлению блюд национальной кухни и др.). В этом заголовке любовью носитель языка без труда узнает ПФ, источником которого является поговорка *от всего сердца*. Переделанный исходный вариант ПФ содержит также языковую игру, основанную на созвучии. Прием, использованный автором, несомненно, достигает своей цели: порождает экспрессию, заинтересовывает потенциального читателя, рассчитан на широкий сегмент аудитории, отражает авторское уважение к национальной культуре (фразеологизм, использованный в качестве ПФ, содержит концепт широты русского духа, демонстрируя дружелюбие, сердечность, доброту, открытость русского человека), устанавливает общность между представителями разных народов. Интертекстуальность способствует сохранению национальной идентичности и в то же время – укреплению толерантности в межкультурной коммуникации. В этом смысле заголовок можно воспринимать и как самостоятельный текст, в данном случае состоявшийся, достигший своей цели, дающий гораздо более глубокую, чем сам новостной повод, информацию, привлекающий внимание общественности к вопросам глобального характера. На фоне, казалось бы, поверхностной, с юмористическим оттенком фактуальной информации возникает глубокий, имплицитный подтекст. *Эксплицированное* в текстовом пространстве – только поверхностная фактологическая горизонтальная проекция смысла. Ядром, актуализированным в структуре прецедентного феномена в заголовке, становится историко-культурный концепт, входящий в когнитивную базу нации. В данном случае не происходит смещения ядра семантики ПФ и его коннотации, сохраняется и даже повышается за счет актуализации в новом событийном поле его значимость. *Интертекстуальность* способствует укреплению *толерантности в аспекте универсального* [Стародубова 2019: 107], а также формирует модель перцепции аналогичных событийных сегментов.

Аналогичен по характеру актуализации значимых культурных констант анонс фильма «Спасти Ленинград», посвященного годовщине снятия блокады: *«Сегодняшним аршином не измерить подвиг ленинградцев»* (телеканал ОРТ, 2019). ПФ узнаваем – строки из стихотворения Ф.И. Тютчева «Умом Россию не понять, *аршином общим не измерить»* – и в данном случае является лингвистическим механизмом стабилизации системы ценностных констант (патриотизма, исторической памяти, преемственности поколений), которые укрепляют национальную идентичность и безопасность, а значит, повышают ценность русской национальной истории в контексте мировых процессов.

Противоположным по коннотации и характеру актуализации является следующий пример использования готового слова (логоэпистема, ПФ): *Что ищет он в краю далеком?* – ПФ, вынесенный в заголовок новости о проблемах в лагерях для беженцев (телеканал РЕНТВ, 2019) смещает вектор интерпретации трагедии глобального масштаба в ироническое русло, что способствует, во-первых, формированию в сознании потребителя за счет лингвоцинизмов новой нравственной нормы: эмпатия становится отчужденным фрагментом восприятия событийности. При этом доминирует *стратегия подмены, вытеснения, умалчивания*. Ирония как тип оценки отвлекает внимание от истинной событийности и ее масштаба, переводя новостной сегмент в *развлекательную* сферу. Во-вторых, сам источник ПФ – национальная классическая литература – стихотворение М.Ю. Лермонтова «Парус» и его концептуальный смысл подвергаются *пейоративации* на фоне нового контекста: вопросы поиска смысла жизни, страдания романтического героя-одиночки смещаются в секулярную сферу, ограничиваясь потребительской психологией восприятия.

Поэтому в современных исследованиях должны учитываться актуальность и необходимость выявления механизмов коррекции когнитивных процессов современной языковой личности в эпоху глобализации, которые в диалоге разных культурных кодов позволяют сохранить национальную идентичность и в то же время избежать межкультурных конфликтов. Междисциплинарные исследования в этом направлении представляются наиболее значимыми, приоритетными, поскольку связаны с сохранением национального культурного кода, который архивирует текст.

Таким образом, ПФ может стать источником конфликта, реализуя противостояние *своего* и *чужого*, или, напротив, стабильности, позитива, демонстрируя универсальное, объединяющее всех, при этом не исключая национальной идентичности. *Универсальное*, в свою очередь, может иметь полярные коннотации: от генома Гомера (нравственных, общечеловеческих ценностей) до полной утраты всех идентичностей, кроме потребительской.

**Заключение.** Несомненно, само вычленение ПФ на начальных этапах обучения русскому языку и культуре будет представлять одну из самых значительных трудностей, поэтому первичные навыки подобной работы с медиатекстом формируются в процессе совместной работы обучающегося и преподавателя на занятиях. При этом необходимо делать акцент на том, что новые вербальные модели, языковые механизмы отражают *эволюцию русской языковой способности* (термин Ю.Н. Караулова) [Караулов 2007], а прагматика медийного дискурса демонстрирует тенденцию к порождению новых смыслов и оценок путем манипуляции с «цитатным фондом, восходящим ко всему нашему языковому опыту» [Гаспаров 1996: 105–106].

Необходимо отметить, что модель мира, транслируемая медийным дискурсом, способствует формированию новой когнитивной парадигмы, картины мира отдельного человека, оказывает влияние на «индивидуальное когнитивное пространство..., совокупность знаний и представлений, которой обладает любая языковая личность» [Красных 2003: 61].

Доминанта интертекстуальности как средства интерпретации над собственно творчеством – примета времени, естественная эволюция общества, важно при этом критически воспринимать агрессию формы и учитывать пресуппозицию. Прецедентный текст становится вербализованным компонентом мировоззрения автора, основным механизмом формирования сознания. С точки зрения когнитивной лингвистики, языковая личность не описывает мир, а конструирует его в своем сознании. Так, соответствующая авторской интенции интерпретация текстов СМИ позволяет моделировать (порождать) любое количество семантически и концептуально адекватных текстов (высказываний) в ходе межкультурной коммуникации.

Таким образом, риторический и лингводидактический потенциал медийного дискурса не вызывает сомнений, поскольку в условиях глобализации представляет собой способ интерпретации действительности и одновременно лингвокогнитивного моделирования этнокультурного кода. При этом навыки, сформированные в ходе учебного процесса у иностранных учащихся при интерпретации медиатекста, содержащего ПФ (логоэпистемы), становятся прочной основой для успешного диалога культур, дальнейшего профессионального развития и самообразования, а также повышения коммуникативной компетенции как основного фактора эффективности межкультурного общения профессиональной языковой личности.

#### Библиография

- Анненкова И.В. Автореф. докт. дис. Современная медиакартинка мира: неориторическая модель (лингво-философский аспект). – М.: МГУ им. Ломоносова, 2012. – 60 с.
- Барт Р. Избранные труды: семиотика. Поэтика: пер. с фр. // сост., общ. ред. Г.К. Косикова. – М., 1989. – 616 с.
- Гаспаров Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. – М., 1996. – 352 с.
- Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). 2-е изд., стереотипное. – М., 2005. – 286 с.
- Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 2007. – 264 с.
- Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М.: Гнозис, 2003. – 375 с.
- Костомаров В.Г. Бурвикова Н.Д. Что же такое логоэпистема? // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский язык нефилологам, теория и практика. №7. 2006. С. 13–17.
- Солганик Г.Я. Без кавычек. Об одном новом явлении в языке газеты // Журналистика и культура русской речи. – М.: Изд-во МГУ, 1997. Вып.4. – С. 32–34.
- Стародубова О.Ю. Лингвокультурная ситуация сквозь призму прецедентного феномена как отражение интертекстуальности в эпоху глобализации // Вестник МГОУ, серия Лингвистика, № 5. – М., 2019. – С.101–113.
- Столетова Е.К., Шенлебен М.М. Современный медиатекст в практике преподавания РКИ: анализ языковых приемов и интерпретация смыслов // Слово. Грамматика. Речь: Материалы VII Международной научно-практической конференции «Текст: проблемы и перспективы. Аспекты изучения в целях преподавания русского языка как иностранного»: Москва, филологический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 28–30 ноября 2019 г. – Москва: МАКС Пресс, 2019. – Вып. XX. – С. 406–408
- Чичерина Н.В. Концепция формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов на основе иноязычных медиатекстов: Автореф. дисс. д-ра пед. наук. – СПб., 2008. – 50 с.

**Прагмалингвистический аспект изучения речевого поведения медиалица  
в публичном пространстве сети Интернет**

<sup>1</sup>Ширина Елена Владимировна  
<sup>2</sup>Мясищев Георгий Игоревич

<sup>1</sup>Южный федеральный университет, Россия  
344006, г. Ростов-на-Дону, Большая Садовая улица, дом 105/42  
доктор филологических наук, профессор  
E-mail: novik1915@ya.ru

<sup>2</sup>Донской государственной технической университет, Россия  
344015, г. Ростов-на-Дону, Гагарина, 1  
аспирант  
E-mail: georgy-2583@yandex.ru

**Аннотация.** Исследование посвящено прагмалингвистическим аспектам изучения речевого поведения медиалица в публичном пространстве сети Интернет. Изучаются вопросы поведения и диагностики личностных, психологических, социальных качеств говорящего по его речи в медиапространстве современных Интернет-СМИ. Анализируется прагмалингвистика как область междисциплинарная, в пределах которой пересекаются логико-философские, стилистические, этнографические и психолингвистические направления. Изучаются вопросы экспертного статуса говорящего в сообщениях СМИ, определения его компетентности или некомпетентности в восприятии сообщений СМИ читателями. Решаются вопросы воздействия Отправителя сообщения на Получателя в рамках массовой коммуникации в Интернет-порталах СМИ. Рассматриваются механизмы такого воздействия. По результатам исследования устанавливается, что большинство публикаций независимо от формально заявленного жанра предоставляются как нечто заведомо правдивое, верное, справедливое. Структурно тексты таких источников состоит из утверждаемого тезиса или нескольких тезисов, которые не подтверждаются объективными данными, полученными экспериментальным, опытным путем или путем математического моделирования. Аргументация утверждаемых тезисов может представлять логическую подмену доказательства попыткой психологического влияния на читателя. Присутствует самопозиционирование автора в качестве профессионала, обладающего специальными знаниями. Пользователь глобальной информационной сети в этом вопросе оказывается вынужден принимать на веру заявления о профессионализме автора, который он не может проверить, не будучи экспертом в данной области знания. Главным фактором, позволяющим убедить читателя в достоверности предлагаемых данных, является воздействие на его эго, эмоции, личностные предпочтения, страхи. Кроме тонких психологических уловок, авторы подобных текстов прибегают и к прямой атаке на личность. Агрессивное поведение, сниженная лексика, прямое унижение и расчеловечивание оппонента. Авторы подобных текстов не допускают возможности существования иной точки зрения. Получатель сообщения оказывается оценивает воздействующие стратегии через призму личностного коммуникативного опыта с учетом когнитивного, эмоционального, речеповеденческого аспектов.

**Ключевые слова:** прагмалингвистика, речевое поведение, медиAPERсона, публичная личность, Интернет-СМИ.

УДК 81.42:366.636

**Pragmalinguistic aspect of studying speech behavior of a media person  
in the public space of the Internet**

<sup>1</sup>Elena V. Shirina  
<sup>2</sup>George I. Myasishchev

<sup>1</sup>Southern Federal University, Russia  
344006 Rostov-on-don, Bolshaya Sadovaya Str., 105/42  
Doctor of Sciences (Philology), Professor  
E-mail: novik1915@ya.ru

<sup>2</sup>Don State Technical University, Russia  
344015 Rostov-on-don, Gagarin Str., 1  
Post-graduate Student  
E-mail: georgy-2583@yandex.ru

**Abstract.** This research explores pragmalinguistic aspects of studying speech behavior of a media person in the public space of the Internet. It studies the issues of behavior and detects personal, psychological, and social qualities of the speaker, analysing his / her speech in the media space of modern Internet with pragmalinguistics treated as an interdisciplinary field combining logical-philosophical, stylistic, ethnographic, and psycholinguistic schools of thought. The paper investigates issues of a speaker's expert status in media reports, determining his / her competence or incompetence from the readers' perspective and resolves the issues of influence of the message sender on the recipient in the

framework of mass communication in Internet media portals considering the mechanisms of such influence. It is found that regardless of the formally stated genre, most publications are positioned as something obviously true, correct, and fair. Structurally, the texts of such sources consist of a stated thesis or theses which are not supported by objective data obtained experimentally, empirically, or by mathematical modeling. The argumentation of the stated theses may represent a logical replacement of evidence in an attempt to influence the reader psychologically. There is also the author's self-positioning as an expert with special knowledge. In this case, the global information network user has to believe statements about the author's professionalism, which he cannot verify, being a non-expert in this field of knowledge. The main factor allowing to convince the reader of the reliability of the proposed data is the impact on his ego, emotions, personal preferences, and fears. In addition to subtle psychological tricks, the authors of such texts resort to a direct attack on the individual displaying aggressive behavior, using low register vocabulary, direct humiliation and dehumanization of the opponent. The authors of such texts do not admit the possibility of a different point of view. The recipient of the message evaluates the impact strategies through the prism of personal communication experience, taking into account cognitive, emotional, and speech-behavioral aspects.

**Keywords:** pragmalinguistics, speech behavior, media person, public personality, Internet media.

UDC 81.42:366.636

**Введение.** Медийная личность (медиаличность) – термин, который обозначает лицо, постоянно находящееся в сфере внимания социума, благодаря публикациям в СМИ, обсуждению в сети Интернет, публичным выступлениям и дискуссиям. Такие люди все время взаимодействуют с обществом посредством своей речи, поведения и др. форм самореализации. Термин медиаличность достаточно полно освещает ключевые особенности функциональной речевой деятельности и значимости речевого поведения этих людей в Интернет-пространстве. [Шевелёва 2010: 50–54.]

Будучи практическим воплощением языковой личности, медиаличность говорящего оказывается в центре внимания разных наук: социологии [Бабаян 2005] психологии [Варфоломеева 2010], педагогики [Темиргазина 2002], философии (гносеологии и антропологии) [Труфанова 2001].

Развивая идею о соотношении идиолектного и полилектного аспектов в реализации языка, многие исследователи, такие как А.В. Пузырёв [Пузырёв 2002], Т.И. Ерофеева [Ерофеева 1990], О.А. Гойхман [Гойхман 2000], Т.Г. Винокур [Винокур 1989], И.П. Василюк [Василюк 2004], предлагают рассматривать речевое поведение Говорящего, к которым относится медиаперсона, в виде синтеза различных подходов, т.е. с междисциплинарных позиций, поскольку это позволяет рассмотреть феномен целиком, избегая неоправданных упущений, связанных с ограниченностью инструментария конкретной области.

Важно отметить, что большинство ученых склоняется к необходимости использовать системное моделирование при изучении речеповеденческих особенностей, поскольку большинство вероятностных описаний сводится к многообразию построения конкретных моделей. Системное моделирование позволяет рассмотреть существенные свойства языка не изолированно, а в составе всей функциональной структуры личности. Актуализируя существенные свойства и вынося несущественные на периферию изучения, моделирование позволяет рассмотреть и классифицировать все многообразие описываемого материала и делать обобщения. В нашем исследовании мы будем опираться на метод системного моделирования типов речевого портрета медиаперсоны, реконструируя вербально-семантический, лингвокогнитивного и прагматический уровни.

Целью нашего исследования явилось изучение речевого поведения медиаперсоны в современных СМИ и интернет-пространстве.

С этой целью решен ряд задач:

1. Дано определение понятию «медиаперсона»;
2. Проведены наблюдения за реализацией ситуаций коммуникативного взаимодействия в СМИ и предложены выводы по результатам анализа этого поведения.

**Материалы и методы.** В современном Интернет-пространстве электронных СМИ медиаперсона выступает в многогранной роли эксперта, критика, общественного деятеля, философа, ученого, оратора, литератора. Если для предыдущей эпохи развития средств массовой коммуникации было характерно разделение данных социальных и коммуникативных ролей, то в настоящее время в интернет-среде и в СМИ нет четкой границы между журналистом и специалистом (или квазиспециалистом) в другой области.

Наоборот, факт совмещения профессий служит дополнительным статусным актором воздействия на воспринимательскую аудиторию [Бабаян 2005; Волков 2014]. Нередко мы можем видеть в самопрезентации работника медиа такую характеристику: «обозреватель журнала /.../, военный корреспондент, эксперт по вопросам стратегии и вооружения». Совершенно очевидно, что словам данного лица придают особо доверительное значение именно потому, что говорящий априори сочетает в себе черты узкого специалиста и оратора. Причем, важно отметить, что тема выступления медиаперсоны зачастую совершенно не важна. Например, военный эксперт и обозреватель может рассуждать о проблемах мировой экономики или распределения мировых валютных резервов, которые весьма далеки от концепта знаний, получаемых в военных вузах. Символ не только «журналиста», но и «специалиста в статусной области» придает веса словам говорящего.

Вопрос статусности и соответствия заявленного статуса действительности является важнейшим вопросом при определении речевого портрета говорящего. Дело в том, что для повышения авторитета говорящего часто используется фактор мнимого авторитета (см. исследования: [Aijmer Karin 2013, Wharton 2009, Yan Huang 2014, Волков 2014, Жамгаганова 2011, Кенжебалина 2012, Матвеева, Зюбина 2018, Матвеева, Ленец, Петрова 2013]) Например, медиаперсона представляется, как: «заместитель директора Центра анализа стратегий и технологий» Читатель видит магические слова «стратегии и технологии» (НГ) и проникается почтением к говоряще-

му, не задумываясь, что это за стратегии и технологии в таком оригинальном единстве? Между тем, данная характеристика скорее служит обратному – понижает статус говорящего, ибо он выступает в роли «специалист по всему на свете», то есть дилетанта.

Средства массовой коммуникации традиционно делятся на средства массовой информации (СМИ) и собственно средства массовой коммуникации. Развитие среды Интернет вызвало революционные преобразования в среде средств массовой коммуникации.

СМИ в среде Интернет в основном представлены электронными версиями печатных, радио и теле-изданий (программ). Средства же собственно массовой коммуникации представляют собою синтез между информационными ресурсами (периодическими изданиями) и системами устно-письменного взаимодействия широких слоев общества – социальных сетей. Одним из подобных синтетических средств массовой коммуникации являются информационно-аналитические агрегаторы, имеющие в своем составе форум.

**Материалы и методы.** В качестве отправной точки нашего исследования были использованы материалы, размещенные на страницах 8 крупных информационно-аналитических агрегаторов, таких, как: «Вести» (В), «Комсомольская правда» (КП), «Военное обозрение» (ВО), «Коммерсантъ» (Б), «ТРК «Звезда» (З), «Русбалт» (РБ), «Новая газета» (НГ), «Эхо Москвы» (ЭМ). Для сравнения и сопоставления поведенческих речевых реакций были использованы материалы просветительских порталов «ГрамотаРу» (ГР), «Кириллица» (К), «Дилетант» (Д), « АнтропогенезРу» (АР), «ПостНаука» (ПН). Все эти издания были подобраны таким образом, чтобы отражать различные, часто антогонистические, точки зрения на одни и те же явления. Таким образом, анализируя их речевую составляющую возможно определить речеповеденческие черты медиаперсон вне зависимости от принадлежности к тому или иному социо-философскому течению .

Необходимо отметить, что средства массовой информации предлагают наиболее быстрый и потому наиболее эффективный способ введения легитимизации тех или иных социальных процессов, поскольку их возможности, в частности, скорость, не позволяют альтернативным образом вырабатывать свою собственную позицию. Поскольку телекоммуникации содержат определённые черты (имитационность, слияние реальности с вымыслом и пр.), которые способствуют усилению манипуляционных возможностей, в организации работы средств массовой коммуникации, есть основания для вывода о том, что в современных условиях общественное мнение управляется, причём во все возрастающих объёмах [Варфоломеева 2010: 92].

Основным управляющим элементом воздействия с функциональной точки зрения является целенаправленный выбор слов и выражений и невербальных символов (смайликов и т.п.), используемый для формирования у читателя определенного отношения к сообщаемой информации, побуждение его к определенному действию.

Был проведен анализ 130 публикаций (по 10 каждого изучаемого издания), который состоял в том, что были систематизировано использование каждого функционального воздействующего элемента на читателя и вычислено количество использованных элементов в соотношении от 100% от общего числа (см. Табл. 1).

Из анализа речевых предпочтений говорящего в конкретных обстоятельствах речевого воздействия можно видеть, что у каждого неперсонифицированного представителя определенного информационного ресурса свой речевой облик, своего рода «облик ресурса». При этом, вопреки первому предположению, просветительские ресурсы столь же охотно стремятся манипулировать читательским мнением, как и информационно-новостные и аналитические.

**Обсуждение.** С целью выявления достоверных результатов воздействующих стратегий медиаперсоны на читателя был проведен опрос. Была подготовлена анонимная анкета, содержащая 6 вопросов, касающихся знакомства с изучаемыми порталами и оценивания содержащейся на них информации. Также участникам было предложено оценить один случайный текст с одного из портала. Текст был лишен каких-либо признаков, позволяющих соотнести его с источником, чтобы избежать предвзятого отношения оценивающего к наименованию ресурса. Текст имел характер краткого историко-аналитического фрагмента. Участники опроса должны были дать краткую характеристику текста, оценив его убедительность, содержательность, достоверность.

Аналитические единства из состава групп основывались на:

1. Различие по возрастному признаку
2. Полнота образования
3. Наличие опыта научно-исследовательской деятельности
4. Гендерная принадлежность
5. Опыт ведения образовательной деятельности.

Общим было наличие у всех групп полного среднего образования и возможности знакомиться с информацией с изучаемых агрегаторов и просветительских порталов.

Максимальное среднее значение читающих электронные СМИ составляет 68,8% всех опрошенных.

Из числа опрошенных воздействие на потенциальную аудиторию продемонстрировали все дифференцированные источники, что можно считать определенным успехом работающих в них медиаперсон. При этом внимание читателей распределено неравномерно. Наибольшее (54%) уделяется ресурсам с нарочитой альтернативностью изложения (как среди информационно-новостных и аналитических, так и среди просветительских порталов). СМИ с традиционной направленностью привлекают меньшее внимание (46%).

Достаточно высокий процент игнорирований (21%) говорит не столько о равнодушии к поднятой проблеме, сколько о работе автора текста с строго определенной аудиторией. Выбранные автором методы воздействия, в виде определенных речевых сигналов воздействовали на определенного читателя, готового воспринять их и отреагировать.

## Процентное соотношение воздействующих элементов в СМИ

	Эксплицитн а%	Подмен а- понятий:	Метафоризаци я%	Оксиморо я%	Жаргонизм я%	Апории я%	Профессионализ я%	Нелогич я%	Прочие люб- бы- вар- средств я%	Ревизиониз я%	Манипулирован е фактами:	Эпатирован я%
Вестн:	35%	2%	5%	1%	1%	0%	7%	1%	15%	3%	13%	*17%
Комсомольская правда:	22%	7%	3%	0%	2%	1%	9%	1%	11%	2%	9%	*12%
Военное обозрение:	5%	3%	10%	0%	10%	1%	42%	3%	15%	1%	5%	*15%
Коммерсантъ:	11%	14%	5%	1%	3%	2%	17%	1%	11%	1%	14%	*20%
ТРК «Звезда»:	25%	9%	11%	0%	9%	0%	19%	0%	11%	2%	3%	*11%
Русбалт:	34%	6%	14%	1%	2%	0%	3%	0%	13%	9%	12%	*6%
Новая газета:	18%	5%	7%	1%	5%	2%	9%	0%	5%	13%	17%	*20%
Эхо-Москва:	23%	5%	5%	1%	3%	1%	3%	1%	9%	11%	19%	*19%
Грамота.ру:	0%	1%	0%	0%	1%	1%	76%	0%	11%	0%	0%	0%
Кирпичик:	13%	11%	3%	1%	3%	1%	3%	1%	5%	9%	26%	*23%
Дилетант:	7%	7%	5%	0%	2%	0%	11%	1%	5%	19%	32%	*11%
Антропоморф я:	3%	3%	0%	0%	0%	0%	74%	0%	21%	0%	0%	6%
ПостНаука:	0%	7%	0%	0%	0%	0%	81%	0%	6%	0%	0%	6%

Высокий процент недоверия (31%) «официальным новостям и науке», объясняется, как «неубедительность», «привычка менять свое мнение»; «игра словами»; «бездоказательность»; «склонность к обману». Учитывая, что все респонденты имеют либо оконченное, либо неоконченное высшее образование такой процент недоверия к официальной науке говорит о неуспешной коммуникативной деятельности с аудиторией.

В значительной степени читатели отмечают случаи нарушения общепринятых норм речевого поведения и реагируют на них достаточно отрицательно. При этом процентный сдвиг такой реакции сам по себе служит показателем коммуникативного успеха – читатель прореагировал на иллюзию сообщения, перлокутивный эффект наблюдался, но результат данной деятельности противоположен заявленным в содержательной, локутивной, части сообщения целям. Игнорирование же источника означает полное отсутствие перлокутивного эффекта речевого взаимодействия и коммуникативное фиаско.

**Заключение.** Анализ реализации речевого поведения медиаперсон позволяет дифференцировать их комплексный речевой портрет.

1. Большинство публикаций имеет выраженный характер «достоверного источника». Независимо от формально заявленного жанра, они предоставляют нечто заведомо *правдивое, верное, справедливое*. При этом, в СМИ альтернативной направленности подчеркивается, что читателю сообщают неизвестное или разоблачают некий ложный факт.

2. Структурно текст состоит из утверждаемого тезиса или нескольких тезисов, которые не подтверждаются объективными данными, полученными экспериментальным, опытным путем или путем математического моделирования. При этом система доказательств может быть названа, но не представлена. Тезис, также, может подтверждаться мнением самой медиаперсоны или ссылкой на авторитет. В этом случае мнение уравнивается с логически достоверным доказательством.

3. Аргументация утверждаемых тезисов может представлять логическую подмену доказательства попыткой психологического влияния на читателя. Чаще всего доказательства строятся на создании псевдоочевидного ряда аргументов, являющихся заведомо несоответствующими действительности.

4. Самопозиционирование автора в качестве профессионала, обладающего специальными знаниями. Доверие к получаемой информации возрастает при условии ее получения от профессионала, чем активно пользуются авторы дилетантских работ. Пользователь глобальной информационной сети в этом вопросе оказывается вынужден принимать на веру заявления о профессионализме автора, который он не может проверить, не будучи экспертом в данной области знания. Вкупе с фальсификациями и нарочитым позиционированием предлагаемых тезисов в качестве истины информация приобретает роль абсолютной и неотличимой от достоверных данных.

5. Воздействие на психологию читателя. Главным фактором, позволяющим убедить читателя в достоверности предлагаемых данных, является воздействие на его это, эмоции, личностные предпочтения, страхи. Кроме тонких психологических уловок, авторы подобных текстов прибегают и к прямой атаке на личность. Агрессивное поведение, сниженная лексика. прямое унижение и расчеловечивание оппонента. Авторы подобных текстов не допускают возможности существования иной точки зрения.



### Библиография

- Aijmer Karin. Understanding Pragmatic Markers: A Variational Pragmatic Approach. Edinburgh University Press, 2013. – 162 p.
- Wharton T. Pragmatics and non-verbal communication. New York: Cambridge University Press, 2009. – 229 p.
- Yan Huang. Pragmatics & Second Edition. Oxford University Press, 2014. – 440 p.
- Бабаян Т.Г. Социология организаций: учебно-методическое пособие / Бабаян Т. Г.; Тамбов. гос. ун-т им. Г.Р. Державина. – Тамбов: Изд-во ТГУ, 2005 (Тамбов: А-Элита). – 43 с.
- Варфоломеева Т.П. Учебно-профессиональные установки студентов-психологов в вузовской подготовке. Самара: ПГСГА, 2010. 184 с.
- Ерофеева Т.И. «Речевой портрет» говорящего // Языковой облик уральского города. Свердловск, 1990.
- Гойхман О.А. Речевая коммуникация, М., 2000. – 269 с.
- Винокур 1989: Винокур Т. Г. К характеристике говорящего. Интенция и реакция// Языки личность. - М.: Наука, 1989. – С. 11–23.
- Василюк И.П. Лингвокультурологическое исследование национальной (русской) языковой личности; На материале афористич.: Автореф. дис.... канд. филол. наук. – М., 2004.
- Пузырёв А.В. Человек и его язык // Пузырёв А. В. Опыты целостно-системных подходов к языковой и неязыковой реальности: Сб. статей. – Пенза: ИГЛУ имени В. Г. Белинского, 2002. – С. 12–21.
- Волков В.В. Основы филологии. Антропоцентризм, языковая личность и прагмалингвистика текста: курс лекций. М.: ФЛИНТА, 2014. – 148 с.
- Жамаганова Н.М. Объект и методы прагмалингвистики Улан-Удэ, 2011. – 128 с.
- Кенжебалина Г.Н. Лингвопрагматика. – Павлодар: Кереку, 2012. – 121 с.
- Матвеева Г.Г., Зюбина И.А. Письменный текст: подходы к выявлению скрытой прагматики // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2018. – Т. 17, № 2. – С. 26–32. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2018.2.3>
- Матвеева Г.Г., Ленец А.В., Петрова Е.И. Основы прагмалингвистики./ монография. – М.: ФЛИНТА, 2013. – 232 с.
- Темиргазина З. К. Современные теории в отечественной и зарубежной лингвистике/ З.К. Темиргазина. – Павлодар, 2002. – 218 с.
- Шевелёва И. А. Лингвистические особенности дискурса Интернет СМИ // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2010. Вып. 41. – С. 50–54.

Индексирование:



ISSN 2307-6364

