ISSN 2542-2197

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ВЕСТНИК
МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

7
выпуск (875)

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Год основания – 1940

Москва
ФГБОУ ВО МГЛУ
2023

ISSN 2542-2197

MSLU
MINISTRY OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION OF THE RUSSIAN FEDERATION
FEDERAL STATE BUDGETARY EDUCATIONAL INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION
«MOSCOW STATE LINGUISTIC UNIVERSITY»

VESTNIK
OF MOSCOW STATE LINGUISTIC UNIVERSITY
HUMANITIES

7
Issue (875)

The year of foundation – 1940

Moscow
FSBEI HE MSLU
2023

ВЕСТНИК
МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

выпуск 7 (875)

Печатается по решению Ученого совета
Московского государственного лингвистического университета

Главный редактор
Г. Г. БОНДАРЧУК — **доктор филологических наук, профессор**

Зам. главного редактора
Е. И. Карпенко — **кандидат филологических наук**

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Беляков Д. А.	кандидат филологических наук, доцент (МГЛУ)
Бондарев А. П.	доктор филологических наук, профессор (МГЛУ)
Бубнова Г. И.	доктор филологических наук, профессор (МГУ имени М. В. Ломоносова)
Воробьев В. В.	доктор филологических наук, профессор (РУДН)
Ганин В. Н.	доктор филологических наук, профессор (МПГУ)
Глушак В. М.	доктор филологических наук, профессор (МГИМО(У) МИД РФ)
Голубина К. В.	кандидат филологических наук, доцент (МГЛУ)
Голубкова Е. Е.	доктор филологических наук, профессор (МГЛУ)
Гусейнова И. А.	доктор филологических наук, доцент (МГЛУ)
Евтушенко О. В.	доктор филологических наук, доцент (МГЛУ)
Егорова О. Г.	доктор филологических наук, профессор (МГЛУ)
Захари Михайлов Захариев	доктор исторических наук, профессор (Болгария)
Захарова Н. В.	кандидат филологических наук (Институт мировой литературы имени А. М. Горького (ИМЛИ) РАН)
Зусман В. Г.	доктор филологических наук, профессор (НИУ ВШЭ в Нижнем Новгороде)
Ирисханова О. К.	доктор филологических наук, профессор (МГЛУ)
Косиченко Е. Ф.	доктор филологических наук, доцент (МГЛУ)
Космарская И. В.	кандидат филологических наук, доцент (МГЛУ)
Краева И. А.	кандидат филологических наук, доцент (МГЛУ)
Кузнецов В. Г.	доктор филологических наук, профессор (МГЛУ)
Малыгина И. В.	доктор философских наук, профессор (МГЛУ)
Осьминина Е. А.	доктор филологических наук, доцент (МГЛУ)
Порохницкая Л. В.	доктор филологических наук, доцент (МГЛУ)
Потапова Р. К.	доктор филологических наук, профессор (МГЛУ)
Семина И. А.	доктор филологических наук, профессор (МГЛУ)
Силантьев Р. А.	доктор исторических наук (МГЛУ)
Сомова Е. В.	доктор филологических наук, доцент (МПГУ)
Сорокина Т. С.	доктор филологических наук, профессор (МГЛУ)
Толкачев С. П.	доктор филологических наук, профессор (МГЛУ)
Травников С. Н.	доктор филологических наук, профессор (Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина)
Трыков В. П.	доктор филологических наук, профессор (МПГУ)
Харитончик З. А.	доктор филологических наук, профессор (Минский государственный лингвистический университет, Беларусь)
Хитина М. В.	доктор филологических наук, доцент (МГЛУ)
Ченки А. Д.	доктор филологических наук, профессор (Vrije Universiteit, Нидерланды; МГЛУ)
Черноземова Е. Н.	доктор филологических наук, профессор (МПГУ)
Янулевичене В.	доктор филологических наук, профессор (Университет им. Миколаса Ромериса, Вильнюс, Литва)

VESTNIK
OF MOSCOW STATE LINGUISTIC UNIVERSITY

Issue 7(875)

Published by the decision of the Academic Council
Moscow State Linguistic University

Editor-in-Chief
GALINA G. BONDARCHUK — **Doctor of Philology, Professor**

Deputy Chief Editor
ELENA I. KARPENKO — **PhD in Philology**

EDITORIAL BOARD

Belyakov D. A.	PhD in Philology, Associate Professor (MSLU)
Bondarev A.P.	Doctor of Philology, Professor (MSLU)
Bubnova G. I.	Doctor of Philology, Professor (MSU)
Vorobiov V.V.	Doctor of Philology, Professor (RUDN)
Ganin V. N.	Doctor of Philology, Professor (MPSU)
Glushak V. M.	Doctor of Philology, Professor (MGIMO)
Golubina K.V.	PhD in Philology, Associate Professor (MSLU)
Golubkova E. E.	Doctor of Philology, Professor (MSLU)
Guseinova I. A.	Doctor of Philology, Associate Professor (MSLU)
Yevtushenko O.V.	Doctor of Philology, Associate Professor (MSLU)
Egorova O. G.	Doctor of Philology, Professor (MSLU)
Zahari Zahariev	Doctor of History, Professor (Bulgaria)
Zakharova N. V.	PhD in Philology, Leading Researcher (IMLI)
Zusman V. G.	Doctor of Philology, Professor (NRU “Higher School of Economics” in Nizhny Novgorod)
Iriskhanova O. K.	Doctor of Philology, Professor (MSLU)
Kosichenko E. F.	Doctor of Philology, Associate Professor (MSLU)
Kosmarskaya I. V.	PhD in Philology, Associate Professor (MSLU)
Kraeva I. A.	PhD in Philology, Associate Professor (MSLU)
Kuznetsov G. V.	Doctor of Philology, Professor (MSLU)
Malygina I. V.	Doctor of Philosophy, Professor (MSLU)
Osminina E. A.	Doctor of Philology, Associate Professor (MSLU)
Porokhnitskaya L. V.	Doctor of Philology, Associate Professor (MSLU)
Potapova R. K.	Doctor of Philology, Professor (MSLU)
Semina I. A.	Doctor of Philology, Associate Professor (MSLU)
Silantiev A. N.	Doctor of History (MSLU)
Somova E. V.	Doctor of Philology, Associate Professor (MPSU)
Sorokina T. S.	Doctor of Philology, Professor (MSLU)
Tolkachev S. P.	Doctor of Philology, Professor (MSLU)
Travnikov S. N.	Doctor of Philology, Professor (Pushkin State Institute of the Russian Language)
Trykov V. P.	Doctor of Philology, Professor (MPSU)
Kharitonchik Z. A.	Doctor of Philology, Professor (MinSLU, Republic of Belarus)
Khitina M.V.	Doctor of Philology, Associate Professor (MSLU)
Cienki A. J.	Doctor of Philology, Professor (VU, Amsterdam; MSLU)
Chernozemova E. N.	Doctor of Philology, Professor (MPSU)
Januliviciene V.	Doctor of Philology, Professor (M. Romeris University, Vilnius, Lithuania)

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Неологизмы в англоязычных СМИ как средство манипуляции общественным сознанием
БОНДАРЕНКО А. В. 9

Стилистический потенциал самопрезентации медийной личности в интервью
ВОРОБЬЕВА Н. В. 16

Особенности семантической избыточности в англоязычном драматургическом дискурсе
ГРИЩЕВА В. В. 23

Типологические различия китайского и русского языков: функциональный, структурный и квантитативный анализ
ГУРУЛЕВА Т. Л. 30

Становление семантики глаголов плача в английском и испанском языках
ГУСЕВА О. А., ПОПОВА Е. А. 40

Лингвокоммуникативные аспекты информационно-психологической войны в политическом дискурсе
ЗАРИПОВ Р. И. 48

Фразеологизмы в кинодискурсе: формулы приветствия и прощания (на материале китайского языка)
КРАСИКОВА Е. А. 55

Иконичность как изоморфизм между когнитивными и языковыми структурами
ЛАВРОВА Н. А., СУНЬИГА ЭЛИСАЛЬДЕ О. А., КОЗЬМИН А. О. 62

Исследование дискурса индустрии красоты в общей дискурсивной парадигме
МЕЛЬНИКОВА Е. Ю. 71

Лингвокультурные особенности диалектной дифференциации (на примере европейского и бразильского вариантов португальского языка)
МЕЩЕРЯКОВ О. В., ИВАНОВ Е. К. 79

Особенности паспортизации фразеологических неологизмов в военно-политическом дискурсе
НАЗАРОВА Н. Е. 86

Проявление лингвокреативности в англоязычных семиотически осложненных медиатекстах
НАЙОК О. Б. 94

Стилистические особенности русскоязычной молодежной интернет-коммуникации
ПОТАПОВА Р. К., ПОТАПОВ В. В., УМАНСКАЯ П. А. 101

Политическая коммуникация в США в поле исторической дискурсологии
СЕСКУТОВА И. К. 112

СОДЕРЖАНИЕ

Типология и коммуникативный потенциал дискурсивного программирования в зависимости от его направленности и качественных характеристик (на материале англоязычного дискурса)
СОКОЛОВА В. Л. 119

Метафора и метонимия в современном испаноязычном политическом дискурсе
ТАЙМУР М. П., ГОЛУБКОВА Е. Е. 126

Вербализация оценки экономической ситуации в Великобритании на материале британской газеты *The Guardian*
ТОКАРЕВА Н. Д. 132

Когнитивно-стилистические характеристики аллитерации в современном англоязычном публицистическом дискурсе
ШПЕТНЫЙ К. И. 139

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

Производственный роман в литературе тюркских народов
ДУРСУНОВА Ф. А. 146

Цена успеха: крушение «американской мечты» в драматургии США середины XX века
ХАРАЗ М. К. 152

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Потенциал коммуникационного влияния социокультурных трендов в практике брендинга
АВЕРИНА М. В. 159

Мотив наказания грешников в культуре и искусстве французской готики
ТЁМКИН В. А. 165

LINGUISTICS

Neologisms in English-Language Mass Media as a Means of Manipulating the Public Opinion
BONDARENKO A. V. 9

Stylistic Potentiality of Celebrity Self Presentation in Interview
VOROBYEVA N. V. 16

Peculiarities of Semantic Redundancy in English Drama
GRISHCHEVA V. V. 23

Typological Differences between Chinese and Russian Languages: Functional, Structural and Quantitative Analysis
GURULEVA T. L. 30

Development of Semantics in English and Spanish “Crying” Verbs
GUSEVA O. A., POPOVA E. A. 40

Linguistic and Communicative Aspects of Information-Psychological Warfare in Political Discourse
ZARIPOV R. I. 48

Phraseological Units in Cinematic Discourse: Greeting and Parting Formulas (based on Chinese)
KRASIKOVA E. A. 55

Iconicity as Isomorphism between Cognitive and Linguistic Structures
LAVROVA N. A., ZÚÑIGA ELIZALDE O. A., KOZMIN A. O. 62

The Study of the Beauty Industry Discourse in the General Discourse Paradigm
MELNIKOVA E. Y. 71

Linguistic and Cultural Features of Dialect Differentiation (on the example of European and Brazilian variants of the Portuguese language)
MESHCHERYAKOV O. V., IVANOV E. K. 79

Particularities of the Inventory of Phraseological Neologisms in Military-Political Discourse
NAZAROVA N. E. 86

Linguistic Creativity in Multimodal Media Texts in English
NAYOK O. B. 94

Stylistic Features of Russian-Language Internet Communication of the Younger Generation
POTAPOVA R. K., POTAPOV V. V., UMANSKAIA P. A. 101

Political Communication in the USA in the Field of Historical Discourse Studies
SESKUTOVA I. K. 112

Typology and Communicative Potential of Discursive Programming Depending on Its Orientation and Qualitative Properties (a study of English discourse)
SOKOLOVA V. L. 119

CONTENTS

Metaphor and metonymy in contemporary Spanish-language political discourse
TAYMOUR M. P., GOLUBKOVA E. E. 126

Verbalisation of the Evaluation of the Economic Situation in Great Britain on the Basis of the British Newspaper The Guardian
TOKAREVA N. D. 132

Cognitive-Stylistic Characteristics of Alliteration in Modern English Publicistic Discourse
SHPETNY C.I. 139

LITERARY STUDIES

Industrial Novel in the Literature of Turkic Peoples
DURSUNOVA F. A. 146

The Price of Success: The Collapse of the “American Dream” in mid. 20th Century American Theatre
HARRAZ M. C. 152

CULTUROLOGY

The Potential of Communicative Influence of Socio-Cultural Trends in Branding Practice
AVERINA M. V. 159

The Motive of Punishment of Sinners in the Culture and Art of French Gothic
TYOMKIN V. A. 165

Научная статья
УДК 81'373.43
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_9

Неологизмы в англоязычных СМИ как средство манипуляции общественным сознанием

А. В. Бондаренко

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
av229910@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются особенности образования и функционирования неологизмов в англоязычных СМИ. Основное внимание уделяется способности новых слов оказывать влияние на потенциального читателя с целью формирования у него положительного или отрицательного мнения об определенном политике или социально-политическом явлении, а также тенденциям использования данного потенциала СМИ.

Ключевые слова: СМИ, манипуляция, неологизмы, окказионализмы, общественное сознание

Для цитирования: Бондаренко А. В. Неологизмы в англоязычных СМИ как средство манипуляции общественным сознанием // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 9–15. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_9

Original article

Neologisms in English-Language Mass Media as a Means of Manipulating the Public Opinion

Anna V. Bondarenko

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
av229910@gmail.com

Abstract. The article looks into the creation and use of neologisms in English-language mass media. The main focus is on the ability of new words to influence a potential readership and form a positive or negative opinion of a politician or socio-political phenomena. The author also describes the main trends of using this potential by mass media.

Keywords: mass media, new words, neologisms, occasionalisms, manipulation

For citation: Bondarenko, A. V. (2023). Neologisms in English-Language Mass Media as a Means of Manipulating the Public Opinion. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 9–15. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_9

ВВЕДЕНИЕ

Известный американский лингвист, политический публицист и философ Ноам Хомский, рассуждая о роли СМИ в жизни современного общества, писал: «Цель средств массовой информации… не в том, чтобы информировать и сообщать о том, что происходит, а скорее в том, чтобы формировать общественное мнение в соответствии с повестками дня доминирующей корпоративной власти»[1]. Действительно, СМИ сегодня не просто отражают происходящие в мире события, а создают некую новую реальность, которая затем становится частью наших представлений об этом мире.

Способность СМИ влиять на массовое сознание была замечена давно, а появление Интернета и совершенствование технических возможностей значительно расширило границы подобной манипуляции. Л. Г. Навасартян отмечает, что как бы ни старались журналисты сохранить объективность при передаче информации, все СМИ субъективны, так как должны прежде всего отражать взгляды и позицию своих спонсоров [Навасартян, 2017].

Проблемой манипулирования массовым сознанием занимаются специалисты, работающие в различных сферах: социологии, политологии, журналистики, лингвистики, психолингвистики и др. Под манипуляцией мы традиционно понимаем такое воздействие на человека, при котором изменяется его восприятие или поведение в интересах манипулятора. Лингвистическое же манипулирование предполагает отбор и использование определенных средств языка, с помощью которых необходимая манипулирующему мысль незаметно внедряется в сознание манипулируемого. Оно особенно активно используется в печатных и аудиовизуальных СМИ (телевидение, радио, Интернет), в предвыборных кампаниях, рекламе и обучении.

Методы лингвистической манипуляции разнообразны, у говорящего есть возможность выбора слов и выражений из всего многообразия синонимов, антонимов, эвфемизмов, дисфемизмов и т. п. для наибольшего воздействия на адресата. Р. М. Блакар, называя язык «инструментом социальной власти», указывает в числе прочих элементов речевой манипуляции создание новых слов и выражений, которые, как известно, обладают огромным персуазивным потенциалом [Блакар, 2001].

Необходимо отметить, что хотя неология и неологизмы не раз становились объектом внимания отечественных и зарубежных ученых, например: Ю. К. Волошина (1971), Н. З. Котеловой (1978), В. И. Заботкиной (1990), Е. В. Розен (2000), Л. Гилберта (1971), А. Меткалфа (2002) и др., использование неологизмов, в том числе индивидуально-авторских, в СМИ с целью оказания необходимого влияния на адресата остается недостаточно изученным.

В этой связи представляется важной попытка осмысления роли новых слов, как одного из средств манипуляции массовым сознанием. *Целью* данной статьи является рассмотрение процесса образования неологизмов, а также анализ особенностей их использования в англоязычных СМИ с целью достижения наибольшего воздействия на широкую читательскую аудиторию.

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ НЕОЛОГИИ, ПОНЯТИЕ «НЕОЛОГИЗМ», КЛАССИФИКАЦИЯ НОВЫХ СЛОВ

Словарный состав любого языка постоянно меняется. Слова, которые были однажды популярны, теряют свою актуальность, устаревают и уходят из языка, другие же появляются – заимствуются или образуются по существующим моделям. Например, современные молодые люди вряд ли сразу скажут, кто такой коллежский асессор или что такое ермолка, однако в связи с непростыми событиями 2020–2021 годов точно объяснят, что такое социальное дистанцирование, и охотно расскажут, кто такой ковидиот.

В развитых языках процесс создания новых слов и значений идет намного быстрее, чем процесс их устаревания. Согласно данным лингвистического энциклопедического словаря, количество неологизмов, зафиксированных в печатных СМИ в течение одного года, достигает десятков тысяч, что вполне объяснимо: их применение позволяет сделать тексты более эмоциональными и яркими, выразить чувства и мысли автора по поводу описываемых событий.

Причины появления новых слов многочисленны: от необходимости наименования новых предметов или объектов, появившихся в результате технического прогресса, изобретений или открытий, до желания как-то разрядить тяжелую обстановку, когда люди начинают придумывать шутки и каламбуры, помогающие снять напряжение в обществе: например, появившийся в английском языке глагол *to Brexit* «прощаться, но не уходить», иронично намекает на трудный процесс выхода Великобритании из Евросоюза, затянувшийся на долгие четыре года. Еще один глагол *to Meghan Markle*, т. е. «покидать неблагоприятную, токсичную среду ради сохранения своего психического здоровья», возник после того, как принц Гарри и его жена, не пожелавшие больше выполнять утомительные королевские обязанности и посчитав,

[1] URL: https://ru.citaty.net/avtory/noam-khomskii/

что британские СМИ развязали клеветническую расистскую кампанию против Меган Маркл, сложили с себя королевские полномочия и уехали из Великобритании (*The Guardian. 24.01.2020*).

В современной лингвистике нет единого понимания термина «неологизм», однако все согласны с тем, что это слова или словосочетания, созданные для обозначения нового предмета, объекта или явления. Лингвисты могут более или менее точно определить время появления нового слова, но не существует единого мнения по поводу того, сколько оно должно активно функционировать в языке, чтобы получить статус неологизма. Аллан Меткалф, известный американский лингвист, сравнивает неологизмы с желудями, не всем из которых суждено стать могучими дубами [Metcalf, 2002].

Наиболее важным моментом, характеризующим сущность нового слова, является фактор новизны, ощущение его необычности всеми носителями языка, хотя не все новые слова воспринимаются как неологизмы, так как могли быть образованы по существующим в языке моделям и обозначают известные реалии.

В своем исследовании А. Меткалф предлагает шкалу определения жизнеспособности новых слов, рассматривая ряд необходимых факторов, влияющих на продолжительность их жизни в языке, так называемый «FUDGE factor», где:

- F – frequency of use, т. е. частотность употребления;
- U – unobtrusiveness – ненавязчивость, т. е. новое слово не должно быть слишком уж необычным;
- D – diversity of users and situations – широкий спектр пользователей и разнообразие ситуаций;
- G – generation of forms and meanings – способность производить новые слова и словоформы;
- E – endurance of the concept – устойчивость объекта номинации [там же, с. 156].

Данная шкала использовалась А. Меткалфом при анализе неологизмов в американском варианте английского языка и показала свою значимость и эффективность. Другие факторы могут казаться важными на первый взгляд, но не являться таковыми. Например, включение нового слова в словари совсем не означает, что его будут часто употреблять.

Еще одной проблемой неологии является классификация неологизмов. Во всех существующих классификациях можно выделить четыре типа:

1) по способу появления: лексические (*blogosphere – блогосфера*) и семантические (*mouse – компьютерная мышь*);
2) по способу образования (переосмысления и аналогии, заимствования – *petit dejeuner – легкий завтрак*), неологизмы, образованные при помощи морфологических способов – суффиксального, префиксального, суффиксально-префиксального, бессуфиксального, а также словосложения и аббревиации);
3) по условию создания (общеязыковые и индивидуально-авторские);
4) цели создания (стилистические и номинативные) [Белькова, 2018].

ПРОЦЕСС ПОЯВЛЕНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ И ИХ РОЛЬ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

В данной статье нас интересуют не только новые слова, уже зафиксированные в словарях, но и окказионализмы и индивидуально-авторские неологизмы, созданные специально для конкретных случаев.

В ходе исследования было проанализировано более 200 газетных и журнальных статей за период с 2010 по 2022 годы, содержащих неологизмы как в тексте, так и в заголовках. В процессе исследования был выявлен ряд тенденций, влияющих на пополнение лексического состава языка.

1. Огромное количество новых слов образуются в англоязычных СМИ для создания / поддержания образа политика или демонстрации отношения к данному политику / социально-политическому явлению. Роль СМИ в популяризации той или иной политической фигуры невозможно переоценить, так как избиратели отдают предпочтение именно тем кандидатам, деятельность которых положительно оценивается СМИ и широко ими освещается.

Например, избирательная кампания, а затем и первые 100 дней президенства Барака Обамы получили позитивную оценку в СМИ, что повлекло за собой появления большого числа новых слов:

а) для описания политики, проводимой Обамой – *Obamanism, Obamanomics* и т. п.;
б) для обозначения сторонников политики Барака Обамы – *Obama-ite, Obama-oid, Obamacan, Obamacon, Obamanator, Obamatrons*;
в) для обозначения социально-политических явлений, связанных с президенством Б. Обамы – *prObamedia, Obama effect, Obamanation, Obamomentum, Obamerica.*

Однако, когда промежуточные выборы 2014 года показали снижение рейтинга президента, а демократы потеряли Палату представителей, СМИ

отреагировали на это появлением неологизмов с отрицательной окраской – *Barapocalypse, Obamageddon, Obamamania, Obamaphobia, Obamaphrenia, Obamatopia*.

Общий анализ новых слов, периода президенства Барака Обамы показал, что СМИ оценивали его политику положительно или нейтрально, более негативные оценки появились лишь ближе к концу президентского срока и преобладали в более консервативных, оппозиционных СМИ.

В свою очередь, избрание Дональда Трампа американским президентом вызвало бурное негодование у демократических СМИ и породило значительное число отрицательно окрашенных неологизмов. Уже во время предвыборной кампании Трамп, который позиционировал себя в качестве политического аутсайдера, завоевал популярность среди избирателей, выиграл предварительные выборы и оказался лицом к лицу с Хиллари Клинтон, представительницей демократов и безусловной фавориткой. Его столь же оглушительная, сколь и неожиданная победа еще больше разозлила ведущие СМИ и вызвала протесты в стране. Любопытно, что поскольку слово *trump* уже существует в английском языке, при образовании новых слов в данном случае часто использовался суффиксальный и префиксальный способы: *Trump**ist**, Trump**er**, Trump**ism**, Trump**ish**, Trump**esque**, Trump**y**, Trump**ward**, Trump**kin**, **anti**-Trumper, **pro**-Trump* и т. п.

Заносчивость, нарциссизм, эгоистичность и грубость сорок пятого американского президента, а именно так характеризуют его «демократические» СМИ, привели к образованию термина «Trumpspeak». Английская *Guardian*, расшифровывая значение термина, иронично замечает, что Трамп отождествляет себя и свою политику с американской мечтой – дерзкой, решительной и отважной, а каждая его речь звучит как рекламное объявление, обещая американцам самое блестящее, самое яркое, самое лучшее будущее (*The Guardian. 13.11.2016*).

Весьма примечателен тот факт, что именно так называемые демократические СМИ вовсю использовали отрицательно окрашенные неологизмы, характеризующие политику Трампа, его сторонников или противников, такие как *Trumpocalypse, Never Trumper, Trumpophrenia, Trumpentantrum, Trumpogeddon, Trumpomania, Trumpophobia, Trumpophelia, Trumpophrenia*, в то время как республиканские издания либо вовсе воздерживались от создания и употребления новых слов, либо использовали вполне нейтральные неологизмы, например, *Trumponomics*, описывая экономическую, кстати вполне успешную, политику президента.

Анализ показал продуктивность модели образования новых слов на основе имен политиков. Самыми распространенным являются суффиксальный способ, например:

- *Blair* + *ite* ⇨ *Blairite* ⇨ сторонник Блэра
- *Clegg* + mania ⇨ *Cleggmania* ⇨ увлечение политическими идеями Ника Клегга
- *Biden* + *ism*(*s*) ⇨ *Bidenisms* ⇨ забавные или комичные слова или фразы президента Байдена, а также его оговорки,
- *Trump* + *ish* + *ness* ⇨ *Trumpishness* ⇨ схожесть с президентом Трампом в манере поведения, речи, стиле

Неологизм *Trumpishness* имеет отрицательное значение, обозначая не просто сходство с президентом, но выделяя, по мнению журналистов, такие его негативные качества, как высокомерие, невежественность, отсутствие логики или даже глупость. Так, статья *Trudeau's Trumpishness bulldozes Indigenous rights*, как видно из ее заголовка, повествует о премьер-министре Канады, который использует схожие лозунги. Перефразируя знаменитое *make America great again* (*MAGA*), он заявляет: *Canada is back*. Этот лозунг автор статьи считает популистским, утверждая, что знамя, под которым выступает Трюдо, ложное, а заявления такие же пустые и заносчивые как у президента Трампа (*Rabble.ca. 23.11. 2016*).

Весьма распространенный суффикс *mania* обозначает чрезмерное увлечение кем-то и часто используется журналистами для демонстрации иронического или отрицательного отношения к определенной личности или явлению. Например, в 2010 году на выборах в Великобритании огромной популярностью пользовался лидер либерал-демократов Николас Клегг. Его партии удалось получить значительное количество голосов, и, поскольку лейбористы не смогли выиграть выборы, естественным вариантом казалась коалиция двух левых партий. Николас Клегг и либерал-демократы понимали, что подобный союз не даст им абсолютного большинства и затруднит работу правительства, поэтому вступили в альянс с консерваторами, получив четыре министерских портфеля, а Клегг стал заместителем премьер-министра Дэвида Кэмерона. Один из высокопоставленных тори тогда заявил, что так называемая *Cleggmania* (повальное увлечение Ником Клеггом и его идеями) дальше избирательных участков не пойдет. Действительно, этот союз ничем примечательным не закончился, повторить свой успех либерал-демократам не удалось, а Клеггу даже пришлось писать открытое письмо в *Guardian*, в котором он

пытался оправдать свое решение о союзе с политическими противниками.

Не менее распространенным способом создания новых слов на основе имен политиков является блендинг:

- Obama + momentum ⇨ Obamomentum
- Obama + America ⇨ Obamerica
- Obama + Armageddon ⇨ Obamageddon

Отметим, что многие политические деятели, и так вызывающие критику СМИ, не становятся столь же популярным источником образования новых слов. Редко встречающие неологизмы типа *Bidencare* как правило нейтральны и обозначают социально-политические или экономические явления, связанные с конкретным политиком, а свое ироничное отношение журналисты показывают, создавая прозвища, используя уже существующие в английском языке слова, например, *Theresa Dismay, Theresa Maybe*, обыгрывая фамилию бывшего британского премьера Терезы Мей или *MisTrusst* (от фамилии печально известного министра иностранных дел, а затем и главы правительства Лиз Трасс).

2. Много неологизмов появилось во время выхода Соединенного Королевства из ЕС. Население, принявшее участие в референдуме, разделилось почти поровну, расколов и без того обремененную различными социально-экономическими проблемами страну. Начав с нейтральных *Brexit* (*Britain + exit*), *breferendum* (*Brexit + referendum*), *Branalysis* (*Brexit + analysis*), *Bresults* (*Brexit + result*), положительных *bracceptance* (*Brexit + acceptance*), *Brelax* (*Brexit + relax*), журналисты наводнили СМИ всевозможными отрицательными неологизмами, образованными, в основном, при помощи блендинга – *bregret* (*Brexit + regret*), *brexhausted* (*Brexit + exhausted*), *brexshit* (*Brexit + shit*), *brepression* (*Brexit + depression*), *bremorse* (*Brexit + remorse*), *brevastation* (*Brexit + devastation*) и т. п., стремясь отразить пессимистическое настроение своих читателей и нередко побуждая политиков пересмотреть свое опрометчивое решение и пойти на сделку с ЕС, членства в котором они так долго добивались: *Brethink* (*Brexit + rethink*), *breverse* (*Brexit + reverse*), *EUnity* (*EU + unity*).

3. Захватившая весь мир пандемия коронавируса за период 2020–2022 годы также породила огромное количество новых слов, которые условно можно разделить на три вида:

а) неологизмы, обозначающие новые реалии. Они нейтральны по своей окраске и вводят понятия, возникшие в сложных условиях коронавируса, такие как:

- *social distance* – социальное дистанцирование
- *hand sanitiser* – антисептик для рук
- *caremongering* – предложение / предоставление помощи (часто через социальные сети)
- *zoomwear* – одежда для онлайн-конференций, как правило, презентабельный верх (рубашка, блузка и т. п.) и свободный низ (шорты, спортивные брюки и т. п.), который не попадает в поле зрения камеры

б) неологизмы, отражающие тяжелую атмосферу, в которой оказались люди во время пандемии и связанные с ней негативные последствия:

- *Vaccine Hunger Games* (по аналогии с *Hunger Games*) – вакцинная лихорадка в Австралии, приведшая к попыткам заполучить вакцину любой ценой
- *vaccine nationalism* – попытки одних стран обеспечить себя вакциной за счет других стран
- *toxic productivity* – несправедливые ожидания высокой производительности труда от работников в сложный период, например, во время пандемии коронавируса
- *blursday* – ситуация, при которой человек не может точно определить день недели
- *pandemicide* – пренебрежение мерами безопасности, действия властей, ведущие к большим жертвам
- *doom-scrolling* – постоянный поиск плохих новостей в смартфоне или компьютере и т. д.

в) неологизмы, обозначающие проблемы, связанные с последствиями выхода из пандемии и постковидного периода:

- *Loxit* (*Lockdown + exit*) – процесс выхода из коронавируса
- *Lockstalgia* (*Lockdown + nostalgia*) – ностальгия по локдауну
- *Post-pandemic stress disorder* (*PPSD*) – постпандемийное психическое расстройство
- *Corona / covid crunch* – кризис, вызванный ковидными ограничениями

В попытке создать необходимый фон, журналисты и политики всегда помнят о том, что язык – это важный инструмент формирования политического влияния, это своего рода поле битвы, где слова являются настоящим оружием. Новые слова, новые значения уже известных слов тщательно отбираются для того, чтобы сыграть на страхах и надеждах читателей, внедрить в их сознание

необходимые идеи. Эффект от создания неологизмов можно сравнить с эффектом рекламы. Подобно тому, как реклама, которая, продвигая какой-либо бренд, создает у нас чувство принадлежности к определенной группе людей, употребление неологизмов незаметно формирует у нас чувство эмоциональной идентичности, благодаря которой мы ассоциируем себя с тем или иным политическим движением, политической фигурой, социально-политическим процессом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате анализа было выявлено значительное число неологизмов, которые не только привносят в СМИ разнообразие, придают им бóльшую экспрессивность, но и способствуют формированию у читателей необходимого отношения к описываемым событиям. Активное использование неологизмов в СМИ свидетельствует о продуктивности данного способа манипуляции общественным сознанием.

Наиболее распространенными способами словообразования являются суффиксальный и префиксальный, а также блендинг, т. е. слияние двух или более фрагментов слов. Чаще всего, основой для подобных слов-слияний является фамилия политика, название страны, социальное, политическое или экономическое явление.

Большое количество новых слов создается ради сиюминутного эффекта (так называемые авторские неологизмы или окказионализмы), а их употребление ограничивается одним или несколькими упоминаниями. Многие из них, напротив, становятся популярными, широко используются различными СМИ и со временем фиксируются в словаре. Однако даже не вошедшие в словарь неологизмы, многократно употребленные в СМИ, создают у читателя определенный образ, отрицательный или положительный, заставляя его поддерживать или выступать против кого-то или чего-то. Подобная лингвистическая манипуляция становится особенно эффективной в наш век – век стремительного распространения информации.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Навасартян Л. Г. Языковые средства и речевые приемы манипуляции информацией в СМИ: на материале российских газет: автореф. дис. … канд. филол. наук. Саратов, 2017.
2. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Психология влияния : хрестоматия / сост. А. В. Морозов. СПб.: Питер, 2001. С. 42–67.
3. Metcalf A. Predicting New Words: The Secrets of their Success. Boston: Houghton Mifflin, 2002.
4. Белькова А.Е. Функционирование неологизмов в интернет-ресурсах: на материале сайта NoNaMe: Монография. Нижневартовск: Изд-во Нижневартовского государственного университета, 2018.

REFERENCES

1. Navasartyan, L. G. (2017). Yazykovye sredstva i rechevye priemy manipulyacii informaciej v SMI = Language means and techniques of data manipulation in Mass Media: abstract of PhD in Philology. Saratov State Pedagogical University. (In Russ.)
2. Blakar, R. M. (2001). Yazyk kak instrument social'noj vlasti = Language as an instrument of social power. St. Petersburg: Piter. (In Russ.)
3. Metcalf, A. (2002). Predicting New Words. The Secrets of their Success. Boston: Houghton Mifflin.
4. Bel'kova, A. E. (2018). Funkcionirovanie neologizmov v internet-resursah: na materiale sajta NoNaMe = Functioning of neologisms in internet resources (NoNaMe). Nizhnevartovsk: Izd-vo Nizhnevartovskogo gosudarstvennogo universiteta. (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Бондаренко Анна Валерьевна
кандидат филологических наук
доцент кафедры лексикологии английского языка факультета английского языка
Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Bondarenko Anna Valeryevna
PhD (Philology)
Assistant Professor at the Department of English Lexicology, English language Faculty
Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию	16.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	15.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 81.13
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_16

Стилистический потенциал самопрезентации медийной личности в интервью

Н. В. Воробьева

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
Дипломатическая академия Министерства иностранных дел Российской Федерации, Москва, Россия
Nadko86@mail.ru

Аннотация. В статье исследуется роль стилистических приемов и выразительных средств языка в самопрезентации как способа создания определенного имиджа медийной личности в англоязычном портретном интервью, при этом отношение интервьюера вне фокуса внимания работы. Материалом исследования послужило интервью-портрет с Илоном Маском, опубликованное в газете the New York Times от 25 июля 2020 г. Анализ материала осуществляется с учетом основных положений лингвистической прагматики.

Ключевые слова: интервью, интервьюер, интервьюируемый, самопрезентация, имиджевый дискурс, стилистический прием

Для цитирования: Воробьева Н. В. Стилистический потенциал самопрезентации медийной личности в интервью // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7(875). С. 16–22. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_16

Original article

Stylistic Potentiality of Celebrity Self Presentation in Interview

Nadezda V. Vorobyeva

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Moscow, Russia
Nadko86@mail.ru

Abstract. The article analyses the role of stylistic devices and expressive means of the language in the self presentation of the interviewed celebrity in media interview excluding the interviewer's position. The research is based on the celebrity interview with Elon Musk published in the New York Times 25/07/2020. The analysis is carried out in accordance with linguopragmatic approach.

Keywords: interview, interviewer, interviewee, presentation of self, image discourse, stylistic device

For citation: Vorobyeva, N. V. (2023). Stylistic Potentiality of Celebrity Self Presentation in Interview. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 16–22. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_16

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время интерес к интервью как медийному жанру неуклонно растет. В последние годы в медийном пространстве популярность приобретает интервью-портрет, которое представляет собой жанровую форму интервью. Коммуникативное взаимодействие участников портретного интервью носит диалогический характер. Адресантом этого общения выступает известная личность. Однако интервьюер является лишь посредником между аудиторией и интервьюируемой знаменитостью, поскольку информация, сообщаемая в репликах интервьюируемого, адресована прежде всего массовой аудитории, присутствует фактор двойного адресата. Портретное интервью имеет определенные прагмастилистические особенности, соответственно его можно рассматривать как отдельный субжанр. Основной акцент в портретном интервью ставится на раскрытие индивидуальных характеристик личности интервьюируемого, системы взглядов и ценностей, которыми он руководствуется. Целью коммуникативного поведения интервьюируемой знаменитости выступает создание «автопортрета», т. е. самопрезентация.

Впервые презентация себя другим была рассмотрена И. Гоффманом в социологическом ракурсе. В своей работе ученый метафорически представляет социальное взаимодействие в повседневной жизни через театральное представление. Данный метод исследования был назван драматургическим анализом, в котором задействованы все элементы спектакля. Актер (социальная личность) исполняет свою роль на сцене перед публикой (передняя область / front region), создавая положительные впечатления о себе. Передняя область включает в себя манеру (manner), т. е. каким образом актер исполняет свою роль, и внешний вид (appearance) и выбор костюма.

Элементом представления также является и задний план (back region), который позволяет актеру подготовиться к своей роли или отложить ее в сторону.

Важно отметить, что механизм самопредставления имеет достаточно сложную организацию, однако взаимодействие всех его компонентов приводит к успеху театрального представления (социального взаимодействия), и характеристики каждого исполняемого персонажа будут восприниматься публикой внутренне присущими его исполнителю (социальному индивиду) [Goffman, 1959].

В соответствии с коммуникативными намерениями говорящего выделяют следующие типы самопрезентации:

- самопродвижение (self-promotion);
- заискивание, старание понравиться (ingratiation);
- запугивание (intimidation);
- экземплификация, иллюстрация (exemplification);
- мольба (supplication) [Jones, Pittman, 1982].

Самопрезентация личности нередко отождествляется с управлением впечатлением (impression management), которое, в свою очередь, тесно связано с понятием имиджа. Результатом самопрезентации является создание собственного образа, т. е. имиджа[1].

Исследование портретного интервью в ракурсе самопрезентации интервьюируемой личности позволяет, на наш взгляд, рассматривать его как вид имиджевого дискурса. Е. С. Кубрякова интерпретирует дискурс как «действия говорящего со всеми его интенциями, знаниями, установками, личностным опытом и всей погруженностью в совершаемый им коммуникативный процесс» [Кубрякова, 2000, с. 15]. Исходя из этого определения целью имиджевого дискурса является создание позитивного имиджа, который позволяет приблизиться к целевой аудитории [Климова, 2012].

В данной статье самопрезентация рассматривается как способ создания определенного имиджа интервьюируемой знаменитости в англоязычном портретном интервью, а также изучается роль стилистических приемов и выразительных средств языка в ее реализации. Взгляды и представления интервьюера об интервьюируемой личности не находятся в фокусе внимания работы. Анализ осуществляется с позиций лингвопрагматического подхода.

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ИНТЕРВЬЮИРУЕМОГО В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОРТРЕТНОМ ИНТЕРВЬЮ

Материалом данного исследования послужили реплики Илона Маска из портретного интервью, взятого у него Морин Дауд и опубликованного в газете *the New York Times*[2] от 25 июля 2020 года. Илон Рив Маск является основателем, генеральным директором и инженером компании производителя космической техники SpaceX; инвестором и генеральным директором компании произво-

[1] В переводе с английского языка «имидж» обозначает представление или идею о том, как кто-то или что-то должно выглядеть; представление или идею, формирующуюся в сознании читателя / слушателя о прочитанном / услышанном; образ кого-то или чего-то в сознании других людей.

[2] URL: https://www.nytimes.com/2020/07/25/style/elon-musk-maureen-dowd.html

дителя электромобилей и решений для хранения электрической энергии Tesla; основателем компании по строительству инфраструктуры и тоннелей The Boring Company; основателем Nueralink, компании, планирующей заниматься разработкой и производством имплантируемых нейрокомпьютерных интерфейсов; одним из основателей компании OpenAI, занимающейся исследованиями в области безопасного искусственного интеллекта; миллиардером, входящим в список десяти самых богатых людей на планете.

Одной из тем, которые затрагиваются в данном интервью, является личная жизнь интервьюируемого:

> She was wearing a head piece made of Vantablack, the blackest black that anything could be.
>
> On the back of my tuxedo jacket – which was sort of like an inverted priest jacket with the jacket being white and the collar being black – I had in big, black, gothic script, "Novus ordo seclorum."

Первый публичный выход Илона Маска со своей возлюбленной Клэр Элис Буше (канадской певицей, известной под псевдонимом Граймс) состоялся в 2018 году на красной дорожке Met Gala, ежегодном мероприятии, знаменующем собой открытие выставки моды Института костюма Метрополитен-музея в Нью-Йорке. Интервьюируемый акцентирует внимание на предметах одежды и аксессуарах, выбранных для данного вечера. Использование терминологии *Vantablack* указывает на сферу его профессиональных интересов. У Граймс было необычное украшение для волос, выполненное из материала Vantablack. Название субстанции из углеродных нанотрубок, способной поглощать 99,965 % падающего на нее излучения, происходит от аббревиатуры *vertically aligned nanotube array* «вертикально ориентированные массивы нанотрубок» + *black* «черный»[1]. Повтор корневой морфемы *black* в сочетании с превосходной степенью имени прилагательного *the blackest* подчеркивает уникальное свойство данного материала, который является одним из самых черных из известных ныне веществ, что, в свою очередь, позволяет Маску сделать акцент на оригинальности образа своей спутницы. Сам же Илон выбрал не менее необычный костюм, похожий на перевернутое одеяние священника, с надписью на спине «Novus ordo seclorum» (в переводе с латинского: «Новый порядок веков»). Это один из двух девизов на обратной стороне Большой печати США. Автор идеи, один из Отцов основателей Чарльз Томсон подчеркивал, что они «определяют начало новой американской эры»[2]. С 1935 года обратная сторона Большой печати США изображается с этим девизом на однодолларовых банкнотах. Данная фраза представляет собой аллюзию на четвертую эклогу римского поэта Вергилия Марона Публия:

> Magnus ab integro saeclorum nascitur ordo –
> Сызнова ныне времен зачинается строй величавый[3].

Ее использование помогает Илону Маску позиционировать себя автором новаторских идей, за которыми стоят технологии будущего.

> Yeah, she's pretty special, that's for sure,
> She's one of the most unusual people I've ever met.
> We've had this debate of 'Are you more crazy than me or am I more crazy than you?'

Употребление слов, принадлежащих к семантическому полю «нестандартность / незаурядность» *special* (not ordinary or usual), *unusual* (different from others of the same type in a way that is surprising, different or attractive), *crazy* (very strange or foolish), превосходной степени имени прилагательного *the most unusual* и модального выражения *for sure* позволяют интервьюируемому с уверенностью заявить о неординарности своей избранницы. При помощи альтернативного вопроса и сравнительной степени *more crazy* Маск также косвенно позиционирует и себя самого как эксцентричную личность.

> I think babies are supercool and really people need to have more babies because, it sounds obvious, but if people don't have enough babies, humanity will disappear,
>
> Well, babies are just eating and pooping machines, you know?
>
> Right now there's not much I can do. Grimes has a much bigger role than me right now. When the kid gets older, there will be more of a role for me. I think just doing what I've done with my other kids. If I have a trip for Tesla to China, for example, I'll bring the kids with me and we'll go see the Great Wall or we took the bullet train from Beijing to Xian and saw the Terracotta Warriors.

Интервьюируемый рад отцовству, в своей реплике он использует имя прилагательное

[1] URL: https://www.extremetech.com/defense/186229-its-like-staring-into-a-black-hole-worlds-darkest-material-will-be-used-to-make-very-stealthy-aircraft-better-telescopes

[2] URL: http://www.greatseal.com

[3] URL: https://rustih.ru/vergilij-bukoliki/?ysclid=lf7azshx-qc530839887#glava-4

с положительной коннотацией *supercool*, значение которого интенсифицируется префиксом *super*. Маск акцентирует очевидную значимость рождения детей для продолжения человеческого рода, поскольку снижение рождаемости будет представлять серьезную угрозу цивилизации. Однако, учитывая плотный график, предприниматель не всегда может уделить время младшему сыну. Используя метафорическое сравнение малышей с «кушающими и какающими автоматическими устройствами / машинами» *babies are just eating and pooping machines*, а также усиление сравнительной степени *much bigger*, Маск подчеркивает первостепенную роль матери в жизни малыша. Интервьюируемый представляет себя человеком, который сможет успешно совмещать работу в компании Tesla с воспитанием ребенка, когда тот немного подрастет, как было с его старшими детьми. Самопрезентация в данном случае способствует не только созданию положительного имиджа отца семейства, но и рекламирует принадлежащую ему компании.

> I guess we'll just rent a place somewhere? And yeah, in some ways, possessions weigh you down. And also, I just have all these houses but nobody is using them. I use them infrequently. In the Bay Area, for example from 2002 to 2017, I never owned a house and I was there half the week so I would either sleep at the factory or in a friend's spare bedroom or on a couch or in a hotel. I did that for 15 years.
>
> It was actually, in retrospect, kind of good because you end up rotating through friends' houses and you catch up with them and stay in contact, whereas these days, I have been staying in this strange Gatsby-like house, what I call the haunted mansion, and it's a bit bleak, to be totally frank,
>
> The house itself is beautiful but, you know, it's like Wayne Manor without Alfred.

Размышляя о своем отношении к недвижимости, интервьюируемый заявляет о готовности продать все свои владения, поскольку имущество в некотором роде обременяет человека. Используя слова с отрицательной коннотацией *haunted* (*often visited by ghosts*) и *bleak* (*empty, not welcoming or attractive*) в сочетании с приемом аллитерации *haunted house* (повтор глухого звука [h] ассоциируется с дыханием приведения), миллиардер подчеркивает, что жизнь в роскошном особняке его совсем не радует. Стилистические аллюзии усиливают негативное впечатление: проживание в мрачном доме в стиле Гэтсби Gatsby-like house (персонаж романа Ф. С. Фицджеральда «Великий Гэтсби», который добился финансового успеха, но не смог стать счастливым) видится ему унылым, сам дом прекрасен, но он похож на поместье Уэйнов без дворецкого Альфреда[1].

Использование стилистических приемов позволяет интервьюируемому представить себя человеком, для которого дорогая недвижимость не является особой ценностью, для него важнее общение с людьми, поэтому Маск с теплотой вспоминает те дни, когда ночевал у друзей.

> I have lots of ideas, more ideas than I can act upon,
>
> I tend to bite off more than I can chew and then just sit there with chipmunk cheeks.

Затрагивая тему новых проектов, интервьюируемый позиционирует себя в первую очередь как человека с огромным количеством идей. В данной реплике прослеживается явление конвергенции стилистических приемов, которое определяется как «схождение в одном месте пучка стилистических приемов, участвующих в единой стилистической функции» [Арнольд, 2002, с. 256]. Устойчивое словосочетание *to bite off more than one can chew* (to try to do something that is too difficult for you / *откусить больше*, *чем можно прожевать*, т. е. взять на себя больше ответственности, чем вы можете справиться) комбинируется на лексическом уровне с метафорическим образом *chipmunk cheeks* (щеки бурундука, которые могут вытягиваться, вмещая огромное количество еды), а на фонетическом уровне с аллитерацией (повтор звука [tʃ] в словах *chew, chipmunk и cheeks* передает эффект выжидания подходящего времени). Маск изображает себя жадным зверьком, которому по силам съесть всё, что он нашел и спрятал за щеками. Конвергенция стилистических приемов способствует созданию образа успешного инженера, который рано или поздно обязательно реализует все свои многочисленные идеи и проекты.

Касаясь проблемы искусственного интеллекта, Илон Маск косвенно и напрямую выражает свои опасения относительно его безопасности.

> c has gotten quite worried about A.I. in the last few weeks. I think GPT-3 has caused her to become quite concerned. And I'm like, 'Welcome to me circa 10 years ago'.

Отрицательная коннотация слов *worried* и *concerned* в реплике интервьюируемого констатирует

[1] Wayne Manor without Alfred Wayne Manor Estate – вымышленный особняк, из американских комиксов издательства DC Comics; это личная резиденция Брюса Уэйна, который является супергероем Бэтмэном. Дом обслуживается верным дворецким семьи Уэйнов Альфредом Пеннивортом, которого часто называют Бэтменом Бэтмена Batman's Batman.

обеспокоенность его возлюбленной по поводу скорости развития технологий искусственного интеллекта, в частности GPT-3 (Generative Pre-trained Transformer 3 – третье поколение алгоритма обработки естественного языка компанией Open AI, одним из основателей которой является сам Илон Маск), которая интенсифицируется с помощью повтора усилителя эмотивного значения *quite*. Маск называет свою девушку «С» (от *лат.* celeritas – скорость) – символ, которым в физике обозначают скорость света в вакууме. Певица официально сменила свое имя после знакомства с интервьюируемым. Стоит отметить, что в данном интервью Маск обращается к ней по имени Граймс, обсуждая вопросы личной жизни, однако выбирает имя «с», комментируя предмет его профессиональной деятельности. Он позиционирует себя компетентным человеком в области искусственного интеллекта, которого уже много лет беспокоят нравственно-этические вопросы возможного злоупотребления данных технологий.

> My assessment about why A.I. is overlooked by very smart people is that very smart people do not think a computer can ever be as smart as they are. And this is hubris and obviously false.

В данных репликах продолжается презентация себя как эксперта в вопросах искусственного интеллекта. Используя стилистический повтор лексической единицы *smart* (*умный*), а также сравнительной конструкции *as smart as*, интервьюируемый акцентирует внимание на том, что даже очень умные люди недооценивают компьютерное мышление. Маск категоричен: используя негативную оценочную лексику, он осуждает подобную позицию, называет ее ошибочной *false* и отождествляет с гордыней *hubris* (непомерной гордостью, заносчивостью, высокомерием; гордыня считается грехом во многих религиях). В высказывании присутствует экземплификация: делая акцент на очевидности своего суждения *obviously*, интервьюируемый выставляет его образцом, на который следует ориентироваться.

> Just the nature of the A.I. that they're building is one that crushes all humans at all games, I mean, it's basically the plotline in 'War Games'.

Размышляя о технологиях искусственного интеллекта, которые разрабатываются британской лабораторией DeepMind, принадлежащей Google, Маск использует лексическую единицу с отрицательной коннотацией *crush* (*раздавить, сокрушить*), которая эксплицирует возможную опасность данных технологий для людей не только в компьютерных играх. Идея опасности усиливается культурной аллюзией на американский фильм «Военные игры», вышедший в 1983 году. Кинокартина повествует о молодом хакере, который получает доступ к американскому военному суперкомпьютеру, запрограммированному на моделирование и ведение ядерной войны против Советского Союза. Коммуникативной задачей реплики интервьюируемого является прямая антиреклама данной лаборатории, однако используемые Маском стилистические средства имплицитно создают положительный образ его самого как компетентного в данном вопросе человека, а также продвигают продукт его профессиональной деятельности (компания Tesla, принадлежащая интервьюируемому, также проводит разработки в области искусственного интеллекта для своих электромобилей).

> You know, you need resources in order to make life multiplanetary. That's the reason I'm accumulating resources. But I don't otherwise care about resources.

В реплике Илона Маска используется стилистический повтор лексической единицы *resources*, который комбинируется со стилистическим приемом, основанном на полисемии (слово *resources* может обозначать «денежные средства; природные ресурсы; способности человека». Посредством конвергенции стилистических приемов актуализируется демонстрация системы ценностей интервьюируемого: несмотря на то, что Маск находится в списке богатейших людей планеты, финансовое положение как таковое его не интересует. Деньги необходимы ему исключительно для реализации его проектов. В данном случае речь идет о проекте межпланетной транспортной системы компании SpaceX, который предполагает разработку и строительство многоразового космического корабля для транспортировки людей на Марс с целью в обозримом будущем создать там колонии. Таким образом Илон Маск еще и косвенно рекламирует проекты принадлежащей ему компании.

> Sure, I mean, emperor, come on.

В ходе беседы интервьюер упоминает прозвище «Король Марса», данное Маску некоторыми журналистами. Интервьюируемый иронизирует и повышает себя в должности, употребляя лексическую единицу *emperor*. Титул короля стоит ниже титула императора. Король – это правитель государства с одной (или главной) нацией и одним государственным языком. Император – это правитель империи, состоящей из территорий нескольких

государств с разными языками и нациями. Использование стилистической иронии позволяет Маску представить себя человеком с хорошим чувством юмора, осознающим свои профессиональные достоинства в разных областях, благодаря которым он получил всемирную известность. Однако интервьюируемый не всегда был таким популярным, как сейчас. В детстве ему даже приходилось терпеть издевательства и насмешки со стороны сверстников:

> I had a lot of nicknames. Many of them were not flattering. Usually involving some version of my name, like Muskrat.

В анализируемой реплике интервьюируемого прослеживается явление understatement, которое часто переводится на русский язык как «языковая сдержанность», «недоговоренность», «преуменьшение». Сознательное деинтенсификация резко отрицательного характера насмешек комбинируется с эвфемизмом *not flattering* (*нелестный*). Данный стилистический прием позволяет Маску в завуалированной форме сообщить нечто неприятное путем намеренного смягчения эмотивной оценки обидных прозвищ, которые давались ему в детстве, тем самым удается избежать негативной оценки читателей и даже произвести выгодное впечатление посредством умеренности и сдержанности. Стоит отметить, что одно из таких прозвищ – *Muskrat* (*ондатра*) – представляет собой стилистический прием, основанный на полисемии: корневая морфема *musk* отождествляется также с фамилией самого интервьюируемого – *Elon Musk*.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ показывает, что стилистические приемы и выразительные средства языка играют важную роль в реализации самопрезентации интервьюируемой медийной личности в англоязычном портретном интервью. Они способствуют достижению основных прагматических целей коммуникативного поведения интервьюируемой знаменитости: демонстрации своей уникальности, рекламе собственного бизнеса, раскрытию системы взглядов и ценностей, которыми он руководствуется.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Goffman E. Presentation of Self in Everyday Life. N. Y.: Doubleday Anchor, 1959.
2. Jones E. E., Pittman T. S. Toward a general theory of strategic self-presentation. 1982. URL: https://web.mit.edu/curhan/www/docs/Articles/15341_Readings/Rqd_rdngs_due_at_first_class/2JONES%20PITMAN%201982%20-%20hi-res.pdf
3. Кубрякова Е. С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты. М.: ИНИОН РАН, 2000.
4. Климова Э. Н. Имиджевый дискурс: содержание понятия и интерпретативные возможности в маркетинговых коммуникациях // Вестник Алтайского государственного аграрного университета 2012. №2 (88). С. 151–155. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/imidzhevyy-diskurs-soderzhanie-ponyatiya-i-interpretativnye-vozmozhnosti-v-marketingovyh-kommunikatsiyah/viewer
5. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов. 5-е изд., испр. и доп. М.: Наука, 2002.

REFERENCES

1. Goffman, E. (1959). Presentation of Self in Everyday Life. New York: Doubleday Anchor.
2. Jones, E. E., Pittman, T. S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation. https://web.mit.edu/curhan/www/docs/Articles/15341_Readings/Rqd_rdngs_due_at_first_class/2JONES%20PITMAN%201982%20-%20hi-res.pdf
3. Kubryakova, E. S. (2000). O ponyatyiakh diskursa i diskursivnogo analiza / Diskurs, rech', rechevaya deyatel'nost': funktsional'nie i strukturnie aspekti = On the notions of discourse and discourse analysis // Discourse, speech, speech act: functional and structural aspects. Moscow: INION RAN. (In Russ.)
4. Klimova, E. N. (2012). Imidjeviy diskurs: soderjanie ponyatiya I interpretativnie vozmojnosti v marketingovikh kommunikatsiyakh = Image discourse: the definition of the concept and interpretative possibilities in marketing communication. Vestnik of Altai State Agricultural University, 2(88), 151–155. https://cyberleninka.

ru/article/n/imidzhevyy-diskurs-soderzhanie-ponyatiya-i-interpretativnye-vozmozhnosti-v-marketingovyh-kommunikatsiyah/viewer (In Russ.)
5. Arnol'd, I. V. (2002). Stilistika. Sovremenniy angliyskiy yazik: uchebnik dlya vuzov = Stylistics. Modern English language: textbook for high schools. Moscow: Nauka.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Воробьева Надежда Васильевна
старший преподаватель кафедры стилистики английского языка факультета английского языка
Московского государственного лингвистического университета
преподаватель кафедры английского языка № 1
Дипломатической академии Министерства иностранных дел Российской Федерации

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Vorobyeva Nadezhda Vasilyevna
Senior Lecturer Department of English Stylistics Faculty of English
Moscow State Linguistic University
Lecturer of the Department of English (No.1)
Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation

Статья поступила в редакцию	12.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	10.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 81.42; 81.38
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_23

Особенности семантической избыточности в англоязычном драматургическом дискурсе

В. В. Грищева

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
walya86@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются основные характеристики лингвистического явления семантической избыточности в драме. Исследование показало, что избыточность обладает мощным прагматическим потенциалом. Было выявлено и конкретизировано два типа семантической избыточности в зависимости от выполняемой ими функции и использованного речевого повтора. В ходе работы были проанализированы различные виды повторов, хезитация и паузация.

Ключевые слова: семантическая избыточность, функция семантической избыточности, речевой повтор, паузация, хезитация, драматургический текст, драматургический диалог, авторская ремарка

Для цитирования: Грищева В. В. Особенности семантической избыточности в англоязычном драматургическом тексте // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 23–29. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_23

Original article

Peculiarities of Semantic Redundancy in English Drama

Valentina V. Grishcheva

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
walya86@mail.ru

Abstract. The article considers the main characteristics of linguistic phenomenon of redundancy in drama. The study showed that redundancy has a strong pragmatic potential. In the article two types of semantic redundancy were identified and specified according to the employed function and repetition scheme. As the basis for the realization of semantic redundancy types of repetitions, pause and hesitation were analyzed.

Keywords: semantic redundancy, the function of semantic redundancy, repetition, pause, hesitation, drama text, drama dialogue, stage direction

For citation: Grishcheva, V. V. (2023). Peculiarities of Semantic Redundancy in English Drama. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 23–29. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_23.

ВВЕДЕНИЕ

Традиционно лингвистическое явление семантической избыточности принято считать характеристикой устной спонтанной речи и особенностью повседневной диалогической коммуникации. К средствам реализации избыточности часто относят такие виды речевого многословия, как плеоназм, тавтологию, а также любое необоснованное повторение слов, фраз, грамматических форм и предложений.

Нужно обратить внимание на то, что в большинстве случаев семантическую избыточность отождествляют с определенным отклонением от словесной нормы и характеризуют в связи с этим как «речевой недостаток» [Грудева, 2008, с. 107]. Такое видение объясняется тем, что выделяемые в качестве основных средств реализации избыточности повторы и лишние слова не несут дополнительной смысловой нагрузки и не прибавляют ничего нового к высказыванию.

Подобное определение речевой избыточности просуществовало вплоть до середины XX века. Смена акцентов произошла в связи с появлением нового научного направления теории информации, что привело к развитию и разработке отдельных областей в лингвистике в общем и пересмотру многих лингвистических понятий, в частности.

Например, семантическая избыточность перестает быть особенностью, типичной исключительно для естественной, повседневной коммуникации. Для комплексного изучения функционирования семантической избыточности акцент следует делать не только на ее содержательном аспекте, но и смыслообразующем потенциале. Это значит, что повторы могут быть значимыми, а средства реализации избыточности могут быть более разнообразными. Интересно также проследить прагматический аспект лингвистического явления избыточности.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СЕМАНТИЧЕСКОЙ ИЗБЫТОЧНОСТИ В ДРАМАТУРГИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

На данном этапе рассуждения, прежде чем перейти к более подробному анализу семантической избыточности в пьесе, хотелось бы подробнее остановиться на особенностях внутренней организации драматургического текста. Необходимо отметить, что жанроспецифические свойства драмы во многом определяют функционирование данного лингвистического явления в этом типе текста.

Важно понимать, что конвенциональность построения сценического текста драмы основывается на сложном взаимодействии речи персонажей и авторских комментариев. Ремарки, служащие для описания места действия, времени и героев, характеризующие эмоциональное состояние и поведение действующих лиц, эксплицирующие обстановку на сцене, способствуют наиболее полному представлению коммуникативно-речевой ситуации. В данном случае речь автора служит не только способом передачи его замысла и выражения его интенций, но и формирует определенный ситуативный контекст, способствующий более эффективной когнитивной обработке информации читателем и определяющий интерпретацию драматического произведения в целом.

С точки зрения прагматики речевого общения авторские ремарки можно рассматривать в качестве своеобразных «вех» и «ориентиров», способных облегчить понимание ситуации общения, воспроизводимой в ремарочном тексте. Комментарии автора обладают мощным функциональным потенциалом по репрезентации естественности представленной коммуникативно-речевой ситуации. Так, например, И. Б. Лимановская акцентирует ключевой статус ремарок в формировании экстралингвистического контекста в связи с тем, что «в разговорной речи и ее восприятии роль экстралингвистических факторов не менее важна, чем роль собственно вербальных средств» [Лимановская, 2008, с. 372]. Далее она также отмечает, что «при фиксировании разговорной речи на письме возникает необходимость компенсировать потерю в особенностях звучания, просодики, жестикулировании и мимики, движениях и перемещениях на сцене, обстановке действия и др. Все эти характеристики рассчитываются на аудиовизуальное восприятие, тогда как в письменном тексте драматург прибегает к авторским ремаркам» [там же].

Таким образом, продолжая логику рассуждений, стоит заключить, что авторская ремарка выступает не просто композиционно-структурным элементом текста пьесы, но является своего рода голосом за кадром, который помогает читателю наиболее полно представить ситуацию общения между действующими лицами, как бы погрузиться в естественные условия коммуникации. Данная мысль позволяет нам говорить о том, что ремарка поддерживает «естественность» драматургической коммуникации и способствует имитации реального коммуникативного контекста общения.

Необходимо отметить, что большую часть текстового пространства драмы занимает речевое взаимодействие. Драматургический диалог представляет собой особую форму художественной

коммуникации, поскольку он наиболее точно передает особенности реального речевого взаимодействия. Сторонники подхода к анализу диалога пьесы как стилизованной формы коммуникации высказывают предположения, согласно которым коммуникативное взаимодействие между действующими лицами представляет собой наиболее точно модифицированную форму реального общения. Так, например, Е. В. Гусева характеризует стилизованную разговорную речь как «мощный инструмент создания художественной информативности текста, приближения его к действительности» [Гусева, 2016, с. 279]. Представляется справедливым заметить, что данное обобщение относительно художественного диалога отражает сходства между бытовым диалогом в условиях реального общения и его стилизованной формой в диалоге драмы.

Следовательно, диалогическая речь в драматургических произведениях отражает наиболее существенные особенности реальной речевой коммуникации, является имитацией общения и строится по тем же правилам с использованием речевых образцов [Burton, 1980]. Создавая диалоги в пьесах, автор использует некие разговорные ресурсы и образцы, типичные для повседневной коммуникации, чтобы оптимизировать понимание читателя. Стилизация, свойственная драматургическому диалогу, позволяет таким образом экономить усилия читателя по интерпретации связей между репликами и смысла. Стилизация при таком ракурсе рассмотрения формируется в процессе «авторского преломления» и понимается как целенаправленная авторская имитация речевых характеристик повседневного межличностного взаимодействия [Старостина, Чекулай, Прохорова, 2022].

Обусловленность диалогического взаимодействия пьесы условиями реальной коммуникации позволяет говорить о естественности драматургического диалога. Выделение таких свойств диалога драмы, как «естественность» и «стилизация» являются необходимыми для более комплексного анализа явления семантической избыточности.

Художественный диалог драмы показывает «язык в действии», что позволяет наиболее полно проследить социокультурные, интерактивные и когнитивные аспекты речевого взаимодействия и расширить общие представления о нем. Это связано с потенциальной сценичностью драматургического текста. Поскольку театральность пьесы связана с гипертрофированной передачей (концентрированной формой) текстового содержания, это ведет к дополнительной смысловой актуализации и в результате облегчает понимание особо значимых моментов в пьесе [Грищева, 2022]. Рассмотрение семантической избыточности с учетом потенциальной сценичности текста драмы необходимо для выявления ее смыслоформирующего потенциала.

Основываясь на вышеизложенных предположениях, представляется вполне обоснованным заключить, что язык текста драматургического диалога в совокупности с авторскими ремарками может служить материалом для изучения функционирования семантической избыточности. В ходе анализа было выявлено, что в пьесе представлены два типа семантической избыточности, которые отличаются средствами реализации и выполняемыми функциями. Первый тип речевой избыточности непосредственно отражает естественность диалога в драме. Данную форму избыточности мы называем *индивидуальной*, поскольку ее вербальная реализация отражает особенности речи конкретного действующего лица и подчеркивает ее аутентичный характер. Семантическая избыточность данного типа является неотъемлемой составляющей любого традиционного диалога, отражая особенности повседневного речевого взаимодействия. Как правило, индивидуальный тип избыточности не имеет никакой дополнительной смысловой актуализации, поскольку исключает экспрессивную нагрузку и не привносит ничего нового к высказыванию.

Нами было замечено, что данный вид речевой избыточности в тексте диалога драмы позволяет также проследить эмоциональный настрой говорящего, узнать больше о его поведенческих характеристиках, особенностях характера и образовательном уровне, а именно владении словом. Таким образом, индивидуальная семантическая избыточность выполняет экстралингвистическую нагрузку и выполняет характеризующую функцию. В качестве способов, которые обеспечивают языковую реализацию избыточности этого вида можно отметить паузацию и хезитацию, создающие особый ритм диалога типичный для естественной коммуникации. Для индивидуальной формы избыточности характерно использование различных речевых повторов (звуковых, лексических, грамматических), которые выполняют дублирующую функцию.

Обратимся к примеру для иллюстрации вышеизложенных наблюдений относительно функционирования индивидуальной избыточности на материале отрывка из текста диалога пьесы Кита Уотерхауса «Билли-лжец»:

Act I

(*The set consists of a living-room, entrance hall and a section of the garden of Geoffrey Fisher's house.*

<…>

As the curtain rises we discover Florence Boothroyd sitting on the couch. She is Alice Fisher's mother, an old

*lady **in her eighties**, who finds it impossible to accustom herself to the modern way of life.* She ***continually talks to herself*** *and when she cannot be heard her lips continue to move. She is **in the habit of addressing her remarks to inanimate objects**. At the moment she is going through the contents of her large handbag. The handbag is open on her knee and as she takes out each object she examines it and then puts it down on the couch beside her, making a neat display. She has already taken out a few odd possessions and, at the moment, she is holding her old pension book. She **addresses the sideboard**.*)

Florence. I don't know… They haven't stamped my book now. … They haven't sent it up. It should have gone up last week but they haven't sent it up. (She puts down the pension book and takes a white hospital appointment card from her handbag.) That's not right, either. Doctor Blakemore? I've never seen Doctor Blakemore. Which is Doctor Blakemore? I bet it's that blacktie. Else is the lady doctor. I'm seeing her. Tuesday? They know I never go on Tuesdays. I've never been on Tuesday yet. Doctor Thorpe said… (*K. Waterhouse, H. Willis. Modern English Plays*).

Отрывок иллюстрирует варианты индивидуальной избыточности, реализуемой за счет лексических повторов *Doctor Blakemore*, *Tuesday* и повторов фраз *They haven't sent it up* и *but they haven't sent it up*. Семантическая избыточность в таком случае дублирует информацию и создается при помощи «традиционного» словесного хода. Данные повторы не имеет никакой импликации и не прибавляют ничего нового к высказыванию. В ремарках автора мы находим объяснение такому речевому поведению персонажа, это позволяет сделать вывод, что семантическая избыточность в приведенном примере характеризует поведение персонажа и является его отличительной чертой. Согласно описанию, представленному в авторских ремарках, Флоренс Бутройт – достаточно престарелая женщина, так как ей уже больше восьмидесяти лет и ей достаточно сложно привыкнуть к укладу современной жизни. Одним из доминирующих средств реализации индивидуальной избыточности в репликах действующего лица является хезитация, которая на письме передается пунктуационно многоточием:

I don't know… (*K. Waterhouse, H. Willis. Modern English Plays*).
They haven't stamped my book now (*там же*).
Doctor Thorpe said… (*там же*).

Аутентичность речи персонажа также поддерживается за счет вербализации семантической избыточности с помощью вопросов, адресованных самой себе:

That's not right, either. Doctor Blakemore? (*K. Waterhouse, H. Willis. Modern English Plays*).
Which is Doctor Blakemore? (*там же*).
Tuesday? (*там же*).

Они также не несут никакой смысловой нагрузки и характеризуют индивидуальные особенности действующего лица. Данная информация о привычке разговаривать самой с собой и обращаться с речью к предметам содержится в авторских ремарках *continually talks to herself, in the habit of addressing her remarks to inanimate objects, addresses the sideboard*. Таким образом, можно предположить, что ремарки поддерживают естественность диалогической речи в драме и выполняют прогностическую функцию, расставляя ориентиры для понимания контекстуальной обусловленности семантической избыточности.

Проанализируем еще два отрывка в рамках реализации индивидуальной семантической избыточности из пьесы Р. Куни «Клинический случай»:

Rosemary. Actually, darling, I think the two hundred neurologists might be happier if you gave them the pantomime instead of the lecture.
Rosemary smiles and exits DL
Mile laughs. David gives him a cold look.
David. Connolly, why don't you wave that and disappear?
Mike returns to his costumes and David to his speech.
"I – I ask you, my fellow neurologists –" (*R. Cooney. It runs in the family*).

David. " – Fellow neurologists – we're fortunate in this country to – er – have more than sufficient funds to maintain a robust vigorous Health Service. However, I see that we have the Junior Minister for Health in our audience – and for him I'd like to plead poverty."
Jane's head appears round the door DL, unseen by David. She is about forty, pretty and cuddly.
"Now, although I must be – er – brief – I would like to compliment the government on – er – " (*там же*).

В приведенных примерах индивидуальная семантическая избыточность вербализуется за счет хезитации, повтора местоимения *I – I ask you* и повторов звукового элемента *er*. Хезитационные паузы фиксируются пунктуационно на письме при помощи дефиса: *– Fellow neurologists – we're fortunate in this country to – er – have; I must be – er*

– brief –; *to compliment the government on – er –*. Данное речевое поведение можно квалифицировать как речевой недостаток, поскольку повторы такого рода являются отклонением от нормы. Однако индивидуальная избыточность в анализируемых примерах позволяет максимально точно передать эмоциональное состояние действующего лица. Дэвид Мотимор готовится к очень важному выступлению на конференции неврологов. Это весьма важное для него мероприятие, поэтому врач нервничает, готовясь к презентации. Данная ситуация обусловливает наличие проиллюстрированных избыточных речевых средств в первом примере. Также чрезмерное волнение передается за счет семантической избыточности во втором примере, в котором Дэвид Мотимор выступает перед неврологами. Таким образом, хезитация позволяет воссоздать естественность и аутентичность речи героя.

В данном случае хезитационные паузы и повторы являются своего рода речевым колебанием и вербальным планированием, которое непосредственно связано со спонтанностью речи, типичной для публичных выступлений. В авторской ремарке *the two hundred neurologists*, предшествующей речи персонажа, содержится информация о том, что на конференции соберется двести неврологов, что имплицитно указывает на особую важность мероприятия для выступающего врача и ответственность, которая возложена на него. Из всего вышесказанного можно заключить, что индивидуальная избыточность в приведенном отрывке диалогической речи подчиняется характеризующей функции, поскольку дублирование и хезитация позволяют говорящему подобрать слова для выражения мысли, проецировать свою следующую реплику и в целом дальнейшую речь.

Переходя к анализу второго типа семантической избыточности в драматургическом диалоге, важно отметить, что она может быть также смыслооправданной и нести дополнительную информацию в тексте. Мы называем такой тип *эмфатическим*, поскольку важную роль в его реализации играют стилистически значимые элементы текста. Стоит отметить выразительный потенциал речевых повторов, которые служат основным и ключевым средством вербализации избыточности.

Функционирование семантической избыточности второго типа также достигается за счет эмотивности, свойственной речи действующих лиц. В ходе наших наблюдений мы пришли к выводу, что семантическая избыточность в данном случае основана на передаче значимой информации в тексте, а следовательно наделена *актуализирующей функцией*, благодаря которой в фокусе находится эмоциональный настрой говорящего.

Позволим себе привести пример, в котором семантическая избыточность реализуется за счет эмотивного повтора:

David. Mrs Lesley's husband!
Hubert. Mrs Lesley's husband's dead.
Rosemary is *taken aback* and looks at Jane to see how she will receive this news. Jane hesitates and then emits *a loud wail*.
Rosemary. Oh, my God!
David. (angrily pulling Hubert away) Really, Hubert!
Hubert. What?
David. That was cruel. Very, very cruel.
Hubert. What was?
David. Delivering the news like that.
Hubert. The news?
Rosemary. Yes, I must say, Dr Bonney, that was abrupt, to say the least.
(*To Jane*) I'm so sorry. You'd better sit down (*R. Cooney. It runs in the family 1990,* c. *18*).

В данном примере речевой повтор-усиление, реализованный в реплике Дэвида Мотимора, является смыслооправданным, поскольку он позволяет прояснить отношение говорящего к высказыванию. Повторы языковых единиц *very* и *cruel* передают реакцию действующего лица на новость о смерти мужа миссис Лэсли, которую сообщает Хьюберт в такой резкой форме, совершенно не заботясь о чувствах других людей. Прилагательное *cruel* позволяет максимально точно передать экспрессию в речи героя, ведь он считает такой способ сообщить о смерти человека совершенно непозволительным и жестоким. Авторские ремарки *taken aback*, *emits a loud wail*, описывающие поведение Розмери, способствуют пониманию общего эмоционального фона, передавая эффект неожиданности и, как следствие, реакции на новость. Эмфатическая семантическая избыточность, вербализованная этим речевым повтором, акцентирует реплику персонажа и фиксирует внимание на конкретной смысловой информации, так как она эмоционально окрашена. Таким образом, анализ показывает, что функционирование семантической избыточности второго типа служит условием, оптимизирующим интерпретацию эмоционального состояния персонажа и понимание смысла текста в целом.

В статье в качестве средства реализации эмфатической семантической избыточности мы также выделяем *повтор-экспликацию*. Данный повтор служит для пояснения, уточнения и выявления подразумеваемого значения, позволяет раскрыть конкретные аспекты человека, предмета или какого-либо явления. Рассмотрим реализацию

семантической избыточности на примере повтора-экспликации:

The door DL opens and Leslie appears. He is wearing jeans, a T-shirt and denim jacket. He also sports a punk hairstyle.
Leslie stops on seeing David and they look at each other for a moment. Leslie is out of breath and looks somewhat *wild* (*R. Cooney. It runs in the family)*.
Matron enters with a large syringe on a dish
Matron. Mrs Mortimore asked me to prepare a syringe for *a neurotic youth* (*там же*).
Sergeant. Excuse me, sir.
David. Good morning, Sergeant. Dr David Mortimore. What can I do for you?
Sergeant. I'm after a young man, sir.
David. Ah. A particular young man, or will anyone do?
Sergeant (deciding to ignore this). A particular young man, sir. Age about 18 years, medium built, spiky haircut, wearing an earring.
David. Anything distinctive about him?
Sergeant. Well, he's *in a bit of a state* (*там же*).

David. Well, I certainly haven't seen a young man up here. It's been rather a quiet morning actually. But if I come across *an excitable youth* I'll get in touch.
David. We don't need the police, Matron, we're perfectly capable of dealing with *an unbalanced youth* (*R. Cooney. It runs in the family*).

Основная мысль приведенных отрывков состоит в том, что Лэсли отчаянно пытается найти своего отца. Эмоциональное состояние персонажа получает последовательную характеристику за счет целого ряда эмотивных контекстуально-синонимичных единиц в речи действующих лиц *excitable*, *unbalanced*, *in a bit of a state*, которые проясняют и эксплицируют значение описательного прилагательного *neurotic*. В данном примере функционирование эмфатической семантической избыточности оказывает явное экспрессивно-эмоциональное воздействие на читателей, отмечая важность и роль отца в жизни молодого человека, который в детстве никогда не испытывал радости общения с ним. Экспликация значения также передается авторской ремаркой, которая характеризует нервное состояние персонажа *looks somewhat wild*. Нужно отметить, что избыточность в анализируемом примере реализуется за счет дистантной позиции повторяющихся элементов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, в статье были проанализированы особенности функционирования лингвистического явления семантической избыточности в драматургическом тексте. Было доказано, что значимость представляет не только содержательный аспект избыточности, но и в большей степени ее мощный прагматический и лингвостилистический потенциал.

Поскольку драматургический текст является стилизованной формой реальной коммуникации и отражает наиболее типичные черты естественной, повседневной речи, семантическая избыточность представляет особой интерес для изучения ее реализации. Наличие авторских ремарок как уникальной особенности текста пьесы также создает определенные условия для функционирования семантической избыточности. В работе были также рассмотрены особенности реализации семантической избыточности в связи с театральностью и потенциальной сценичностью драматургического текста.

В результате анализа было выявлено два типа семантической избыточности в зависимости от выполняемой функции в речевой коммуникации. Индивидуальная семантическая избыточность характеризуется как форма, которая не добавляет ничего нового к сказанному и не несет никакой смысловой информации.

Однако данный тип достаточно широко представлен в текстах драмы, поскольку позволяет воссоздать естественность коммуникации и характеризует определенные аспекты речевого поведения действующего лица. Анализ показал, что основными средствами вербализации индивидуальной избыточности являются паузация, хезитация и различные речевые повторы.

При помощи эмфатической семантической избыточности актуализируются наиболее важные смысловые элементы и части текста. Мы конкретизировали данный тип избыточности и описали роль эмотивного повтора усиления и повтора-экспликации в ее вербализации.

В ходе анализа было также продемонстрировано, что семантическая избыточность экономна по содержанию, так как выполняет определенную функцию в тексте драмы. Следовательно, при исследовании функционирования избыточности в драме необходимо учитывать, что она оптимизирует понимание и облегчает интерпретацию.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Грудева Е. В. Избыточность текста: история вопроса и методика исследования. СПб.: Известия РГПУ им. А. И. Герцена, 2008. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/izbytochnost-teksta-istoriya-voprosa-i-metodika-issledovaniya
2. Лимановская И. Б. Статус и роль авторских ремарок в дискурсе англоязычной драмы (на материале англоязычной драмы XVI–XVIII веков). Вестник Самарского государственного университета. 2008. № 1 (60). С. 371–376. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/status-i-rol-avtorskih-remarok-v-diskurse-angloyazychnoy-dramy-na-materiale-angloyazychnoy-dramy-16-18-vekov/viewer
3. Гусева Е. В. Стилизация разговорной речи англоязычного художественного текста и категория его воспринимаемости // Символ науки: международный научный журнал, 2016, 5–1 (17).
4. Burton D. Dialogue and Discourse: a sociolinguistic approach to modern drama dialogue and naturally occurring conversation. London: Routledge, 1980.
5. Старостина Е. С., Чекулай И. В., Прохорова О. Н. Англоязычный драматургический диалог как стилизованная коммуникация: лингвоаксиологический аспект // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2022. Т. 41, № 1. С. 143–155.
6. Грищева В. В. Пространственная организация драматургического текста // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2022. Вып. 8 (863). С. 22–27.

REFERENCES

1. Grudeva, E. V. (2008). Izbitochnost' teksta: istoriya voprosa I metodika issledovaniya = Text redundancy: the history of the issue and research methodology (pp. 106–114). St. Peterburg: Izvestiya RPGU imeni A. I. Gercena. https://cyberleninka.ru/article/n/izbytochnost-teksta-istoriya-voprosa-i-metodika-issledovaniya (In Russ.)
2. Limanovskaya, I. B. (2008). Status i rol' avtorskih remarok v diskurse angloyazichnoy drami (na material angloyazichnoy drami 16-18 vekov) = The status and role of stage directions in English drama discourse (on the material of English plays of the 16th–18th centuries). Vestnik SamGU, 1(60), 371–376. https://cyberleninka.ru/article/n/status-i-rol-avtorskih-remarok-v-diskurse-angloyazychnoy-dramy-na-materiale-angloyazychnoy-dramy-16-18-vekov/viewer (In Russ.)
3. Guseva, E. V. (2016). Stilizaciya razgovornoy rechi angloyazichnogo hudozhestvennogo teksta i kategoriya ego vosprinimaemosti = The stylization of spoken language in English fiction text and the category of its perception. Simvol nauki: mezhdunarodniy nauchniy zhurnal, 5-1(17). (In Russ.)
4. Burton, D. (1980). Dialogue and Discourse: a sociolinguistic approach to modern drama dialogue and naturally occurring conversation. London: Routledge.
5. Starostina, E. S., Chekulai, I. V., Prokhorova, O. N. (2022). English Drama Dialogue as Stylized Communication: Linguoaxiological Aspect. Issues in Journalism, Education, Linguistics, 41(1), 143–155. (In Russ.)
6. Grishcheva, V. V. (2023). On Space Organization in Drama. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 8(863), 22–27. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Грищева Валентина Вячеславовна

старший преподаватель кафедры стилистики английского языка факультета английского языка
Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Grishcheva Valentina Vyacheslavovna

Senior Lecturer of the Department of English Stylistics, Faculty of the English Language
Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию	16.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	17.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 811.581
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_30

Типологические различия китайского и русского языков: функциональный, структурный и квантитативный анализ

Т. Л. Гурулева

Институт Китая и современной Азии РАН, Москва, Россия
Военного университета им. князя А. Невского МО РФ, Москва, Россия
gurulevatatiana@mail.ru

Аннотация. Проблема исследования заключается в установлении типологических различий китайского и русского языков. Методы исследования: сопоставительный; лингвистического описания, анализа и синтеза; абстрагирования и обобщения. Материалом исследования послужили теоретические работы в области типологии, а также примеры из корпусов китайского и русского языков. В результате проведенного исследования были установлены типологические различия указанных языков в функциональном, структурном и квантитативном аспектах.

Ключевые слова: китайский язык, русский язык, изолирующие языки, флективные языки, слоговые языки

Для цитирования: Гурулева Т. Л. Типологические различия китайского и русского языков: функциональный, структурный и квантитативный анализ // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 30–39. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_30

Original article

Typological Differences between Chinese and Russian Languages: Functional, Structural and Quantitative Analysis

Tatiana L. Guruleva

Institute of China and Modern Asia, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
Military University named after Prince A. Nevsky of the Ministry of Defence of the Russian Federation, Moscow, Russia
gurulevatatiana@mail.ru

Abstract. The research problem is to establish the typological differences between the Chinese and Russian languages. Research methods: comparative method, methods of linguistic description, analysis and synthesis, methods of abstraction and generalization. The material of the study was theoretical works in the field of typology, as well as speech material from the corpora of Chinese and Russian languages. As a result, typological differences were established between these languages in functional, structural and quantitative aspects.

Keywords: Chinese, Russian, isolating languages, inflectional languages, syllabic languages

For citation: Guruleva, T. L. (2023). Typological differences between Chinese and Russian languages: functional, structural and quantitative analysis. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 30–39. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_30

ВВЕДЕНИЕ

Исследование типологических различий разноструктурных языков представляется актуальным в силу значимости полученных данных для осмысления процесса перевода в таких парах, а также для понимания процесса усвоения неродного языка иной типологической отнесенности. В настоящем исследовании предпринята попытка выявления типологических различий китайского и русского языков с точки зрения системного подхода.

Типологические сходства и различия языков устанавливаются при помощи сопоставительных исследований. Выявление сходств и различий языков на всех языковых уровнях сформировалось в самостоятельную научную отрасль – сопоставительную лингвистику – в связи с выходом в 1957 году книги американского исследователя Р. Ладо «Linguistics across cultures». Однако основы сопоставительной лингвистики были заложены еще сравнительно-историческим языкознанием и лингвистической типологией. Теоретические основы сравнения языков разрабатывали В. А. Богородицкий, И. А. Бодуэн де Куртенэ, Л. В. Щерба, В. В. Иванов, О. С. Широков, В. Н. Ярцева и др. Основы лингвистической типологии были заложены в первой половине XIX века в трудах А. Шлегеля, А. Шлейхера, В. Гумбольдта и получили дальнейшее развитие в работах Э. Сепира, В. Скалички, М. М. Гухман, Б. А. Успенского, Н. Б. Мечковской, С. Г. Шафикова, Ю. В. Рождественского и др. В отечественной науке исследованиями, близкими к предмету сопоставительной лингвистики, занимались А. А. Потебня, Е. Д. Поливанов. В конце XX века В. Г. Гак разработал комплексный метод проведения типологического исследования любых пар языков [Гак, 1977], В. М. Солнцев предложил метод установления подобия языков [Солнцев, 1995]. В настоящее время лингвистами разрабатываются новые подходы в данной области, например: И. А. Стернин создал методику контрастивного описания языков [Стернин, 2007], В. Б. Касевичем и коллективом исследователей предложены квантитативно-типологические индексы для характеристики восточных языков, применяемые в процессе сопоставительного анализа [Касевич, 2009]. Сопоставительными исследованиями разноструктурных языков занимались К. З. Закирьянов (башкирский и русский языки), В. В. Черепко (японский и русский языки), З. Ф. Юсупова, М. М. Шакурова (татарский и русский языки), А. Ю. Александрова (арабский и русский языки) и др. Сопоставительные исследования типологии китайского и русского языков, а также китайской и русской языковых личностей проводили К. В. Волков, Т. Л. Гурулева, А. Р. Абдрахманова [Волков, Гурулева, 2018; Гурулева, 2019; Гурулева, Абдрахманова, 2022]. Сопоставление единиц китайского и русского языков разных уровней – Г. А. Алибекова, А. А. Паршина, Н. В. Селезнева, Н. Э. Петрова, Е. В. Рубцова, Чэнь Инин, Н. Н. Рогозная, Цинь Лянь, Шао Шухун и др. [Чэнь, Рогозина, 2012; Петрова, Рубцова, 2016; Селезнева, 2016; Шао, 2017; Алибекова, Паршина, 2021; Цзинь, 2021].

Целью исследования является установление типологических различий китайского и русского языков. Задачи исследования: выявление функциональных, структурных и квантитативных различий единиц китайского и русского языков.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Материалом исследования послужили теоретические работы в области типологии китайского и русского языков отечественных и китайских ученых: В. В. Виноградова, Н. Н. Короткова, В. Б. Касевича, В. М. Солнцева, Фан Юйцина и др. [Виноградов, 2001; Коротков, 1968; Касевич, 1974; Солнцев, 1995; Фан, 2006], а также практический речевой материал на китайском и русском языках, собранный из корпусов китайского языка BCC (北京语言大学语料库, Beijing Language and Culture University (BLCU) Chinese Corpus, BCC Corpus, Корпус Пекинского университета языка и культуры) и CCL (北京大学中国语言学研究中心语料库, Center for Chinese Linguistics of Pekin University Corpus, CCL PKU Corpus, Корпус Центра китайской лингвистики Пекинского университета) и НКРЯ (Национальный корпус русского языка). Единицами сопоставительного анализа выступали разноуровневые языковые единицы (звук [фонема], слог, морфема, слово, словосочетание, предложение) в китайском и русском языках.

Основным методом исследования явился сопоставительный метод, позволяющий выявить «схождение и расхождение структур языков, способы выражения одних и тех же значений, различия функций однотипных элементов структуры языка» [Нелюбин, 2017, с. 13]. При исследовании особенностей строения и функционирования единиц китайского и русского языков также был использованы методы лингвистического описания, анализа и синтеза. При формулировании теоретических выводов применялись методы абстрагирования и обобщения.

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТИПОЛОГИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК КИТАЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

Говоря о типологических различиях китайского и русского языков, обратимся прежде всего к морфологической типологической классификации языков. Сложившаяся в европейском языкознании XIX века морфологическая типологическая классификация характеризует языки в соответствии с доминирующим типом словоизменения, т. е. способа соединения морфем, для выражения того или иного грамматического значения.

Согласно этой классификации, языки мира могут быть условно разделены на:

- изолирующие, основным признаком которых является неизменяемость слов; агглютинирующие, в которых для словообразования и словоизменения используются аффиксы;
- флективные, в которых существует возможность изменения корня за счет внутренней флексии;
- инкорпорирующие (полисинтетические), принцип инкорпорации основан на включении в состав глагольной формы особых слов-аффиксов.

В соответствии с морфологической классификацией китайский язык принадлежит к языкам изолирующего типа, а русский – к языкам флективного типа.

В. М. Солнцев предложил другую классификацию языков, разделив их на два макротипа – изолирующие (формоизолирующие) и неизолирующие (формосвязывающие) языки по способу синтаксической связи [Солнцев, 1995]. Он рассматривал изоляцию как синтаксическое понятие, представляющее собой особый способ связи слов в предложении, при котором формы слов не выражают синтаксических отношений между словами, а способом связи слов в предложении является их порядок и использование служебных слов. Тем самым ученый противопоставил изоляцию понятиям агглютинации и флексии как морфологическим сущностям. Исходя из этого, в неизолирующих языках В. М. Солнцев выделил флективные, агглютинативные и инкорпорирующие языки, а в изолирующих – агглютинативные языки, агглютинативные языки с элементами флексии и языки «почти» без морфологии [Солнцев, 1995]. Согласно предложенной классификации, китайский язык относится к изолирующим языкам агглютинативного типа, а русский – к неизолирующим языкам флективного типа.

Деление на изолирующие и неизолирующие языки, как подчеркивает В. М. Солнцев, обусловлено «не якобы отсутствием морфологии в одних и, наоборот, наличием в других, а характером морфологии, использованием или неиспользованием морфологических показателей в синтаксических целях, т. е. для грамматического связывания слов в предложении» [Солнцев, 1995, с. 10]. Описывая изолирующий макротип языков, В. М. Солнцев пришел к заключению, что способ установления синтаксических отношений в языке зависит «от устройства морфологической системы, от количества и особенностей морфологических элементов, а стало быть, от сложности или простоты парадигматических или иерархических отношений в данном языке» [Солнцев, 1995, с. 21].

Для сопоставления языков изолирующего и неизолирующего типов В. М. Солнцев предложил использовать метод установления их подобия, суть которого заключается в сопоставлении характера отношений между единицами разных уровней различных языков. В. М. Солнцев писал, что в пределах каждого из двух макротипов обнаруживается подобие отношений между разноуровневыми единицами. За основу установления подобия языков разных макротипов ученый предложил взять отношения таких единиц, как *звук – слог – морфема – слово – предложение*. Сопоставительный анализ характера отношений между единицами разных уровней языков двух макротипов (изолирующего и неизолирующего) позволил В. М. Солнцеву выделить четыре свойства изоляции: «1) невыраженность в формах слов их отношений к другим словам; 2) принадлежность форм только одной или близким по свойствам частям речи; 3) независимость форм друг от друга; 4) синтаксическая равноценность форм» [там же, с. 19]. Указанные признаки изоляции как синтаксического приема характеризуют особенности морфологии, существующей в рамках изолирующего строя.

Суть действия механизма реализации синтаксических отношений в китайском языке как языке изолирующего типа заключается в том, что для установления связи слов обязательно требуется взаимное расположение слов, в то время как при установления связи слов в неизолирующих языках (русский) указание на отношение к другому слову заложено в самой единице (в слове) с помощью служебной морфемы. Таким образом, для выражения синтаксических отношений между словами в изолирующих и неизолирующих языках минимально требуются две единицы, однако это единицы разных уровней. В изолирующем китайском языке эти единицы представлены полнознаменательными словами, а в неизолирующем русском этими единицами выступают лексическая и грамматическая (служебная) морфемы в составе одного

слова. Как отмечает В. М. Солнцев, служебная морфема в неизолирующих языках «как бы замещает ту единицу, с которой должна установиться связь и тем самым указывает на отношение к другой единице. Синтаксическая связь в этом случае устанавливается не между, скажем, корневой и аффиксальной единицами, а между единицей, включающей данные два компонента, и какой-то третьей, которой может не быть в наличности, но отношение к которой уже выражено в соответствующей двухкомпонентной единице» [Солнцев, 1995, с. 23].

Рассмотрим в качестве примера образование атрибутивного словосочетания 胖猫 pàng māo *толстый кот* в китайском и русском языках.

В китайском языке для установления синтаксических связей между словами 胖 pàng *толстый* и 猫 māo *кот* в словосочетании *толстый кот* необходимо их определенное взаимное расположение: определение 胖 pàng *толстый* должно стоять перед определяемым словом 猫 māo *кот*. Данный порядок слов в словосочетании в китайском языке выражает синтаксические отношения атрибутивного типа. Таким образом, при установлении синтаксических связей между двумя словами выражение синтаксических отношений между ними происходит за счет их расположения в определенном порядке.

В русском языке в слове *толстый* синтаксическое отношение к слову *кот* выражено при помощи флексии ***-ый***, содержащей грамматическое значение именительного падежа единственного числа мужского рода. При изменении слова *кот* на слово *кота*, выражение синтаксического отношения к нему слова *толстый* также меняется с помощью флексии ***-ый*** на ***-ого***, которая отражает значение родительного падежа единственного числа мужского рода. Таким образом, для установления синтаксических связей между словами *толстый* (*толстого*) и *кот* (*кота*) требуется использовать соответствующую грамматическую морфему в словах *толст**ый*** (*толст**ого***), в этом случае выражение синтаксических отношений происходит в составе одного слова *толстый* между лексической морфемой *толст-* и грамматической морфемой *-ый* (*-ого*).

Несмотря на то что в изолирующих языках (в частности, в китайском), так же, как и в неизолирующих, существуют морфологические показатели, их сущность различна. В китайском языке морфологические показатели не обладают синтаксической природой, и образованная с помощью них словоформа лишена реляционного значения и не указывает на отношение данного слова к другому слову.

Морфологические видо-временные показатели и показатель множественного числа в китайском языке лишены реляционности (возможности выражать грамматические отношения) и никак не проявляют себя синтаксически. Хотя парадигма видо-временных показателей несколько тяготеет к сказуемому, всё же их использование с глаголами в других функциях возможно, а морфологический показатель множественного числа существительных лиц и местоимений свободно может употребляться в разных синтаксических функциях и не отдавать предпочтения ни одной из них.

В неизолирующих языках (в частности, в русском) словоформа синтаксически значима. Например, в русском языке категория числа присуща разным частям речи: существительному, личному местоимению, прилагательному, глаголу, поэтому возникает явление морфологического согласования: *верные решения*. Также в русском языке главное слово требует постановки зависимого слова в определенном косвенном падеже, тогда возникает явление морфологического управления: *писать книгу*.

В изолирующих языках, наоборот, морфологические формы (видо-временные формы, а также форма множественного числа) присущи только одной части речи либо частям речи, близким по свойствам, поэтому данные словоформы и не отражаются на синтаксических отношениях слов в предложении.

Рассмотрим использование видо-временных показателей 了, 过, 着, образующих формы глагола в китайском языке:

– форма, образуемая суффиксом 了, указывает, что единичное действие имело место в определенное время в прошлом и что оно завершено [Горелов, 1989]:

> 他参加研讨会。Он участвует в конференциях (*периодически занимается этим видом деятельности*).
>
> 他参加了研讨会。Он принял участие в конференции (*в определенный момент времени, известный коммуникантам*);

– форма, образуемая суффиксом 过, указывает, что единичное или повторяющееся несколько раз действие имело место в неопределенное время в прошлом и что оно завершено до данного момента [Горелов, 1989]:

> 我发现错误。Я нахожу ошибки (*периодически занимаюсь этим видом деятельности*; *например, я учитель и нахожу ошибки в работах учеников*).
>
> 我发现过错误。Я обнаружил ошибку (*когда-то в неопределенном прошлом*);

– форма, образуемая суффиксом 着, указывает, что действие имеет место в момент речи и что оно, протекая непрерывно, превратилось в длящееся состояние [Горелов, 1989]:

我的朋友吃北京烤鸭。Мой друг ест утку по-пекински (*периодически осуществляет это действие*).

我的朋友吃着北京烤鸭。Мой друг ест утку по-пекински (*действие происходит в момент речи*).

Всю парадигму видо-временных суффиксов в китайском языке можно проследить и в рамках одного предложения [Фан, 2001]:

他爱外国人。Он любит иностранок.
⇨ 他爱了外国人。Он полюбил иностранку (*в определенный момент времени в прошлом*).
⇨ 他爱过外国人。Он любил иностранку (*когда-то в прошлом, в неопределенное время*).
⇨ 他爱着外国人。Он любит иностранку (*сейчас*).

Приведенные примеры подтверждают, что образование форм глаголов с помощью добавления к ним видо-временных показателей 了, 过, 着 никак не отражается на синтаксических отношениях слов в предложении.

Таким образом, в китайском языке словоформа синтаксически не значима. Видо-временные формы и форма множественного числа в китайском языке принадлежат близким по свойствам частям речи и не поддерживаются формами других частей речи. Таким образом, главным средством грамматической связи слов остается их порядок. Данный факт позволяет установить различия между предложением в китайском и русском языках в аспекте наличия или отсутствия твердого порядка слов и необходимости применения служебных слов для установления синтаксических отношений между ними.

РЕЗУЛЬТАТЫ СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА ТИПОЛОГИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК КИТАЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

Результаты проведенного нами анализа в отношении названой парадигмы единиц китайского и русского языков (к которой в целях исследования было добавлено словосочетание), являющихся представителями двух разных макротипов: изолирующего – китайского – языка и неизолирующего – русского – языка, представлены ниже.

1. Звук (фонема)

кит.: звук (фонема) выполняет только смыслоразличительную функцию, не может быть носителем смысла: ***h***uāng (*терять самообладание*) – ***sh***uāng (*два*, *пара*).

рус.: звук (фонема) выполняет смыслоразличительную (*со**м*** – *со**н***) и смысловыразительную функции (*рассказ **о** подвиге*).

2. Слог

кит.: слог имеет строго фиксированное строение (состоит из начального согласного звука – инициали и остальной части слога – финали: *shuò* (*большой, крупный*), ***sh*** – инициаль, ***uo*** – сложная финаль, состоящая из медиали ***-u*** и централи ***-o***). Общее количество слогов ограничено (в путунхуа 1 324 слога с учетом характеристики 4 тонов, без учета тоновой характеристики – 414 [Солнцев, 1995]). Количество типов слогов невелико. Практически не подвержен звуковым видоизменениям. Является носителем смысла. Слогу присущ тон, выполняющий смыслоразличительную функцию. Совпадает в границах с морфемой: слогоделение морфологически значимо – деление слова на слоги xué-shí *знание, эрудиция* совпадает с делением на морфемы 学 xué *учиться*, 识 shí *знать*;

рус.: слог не имеет строго фиксированного состава (*ма-ма, ам-бу-ла-тор-ный*). Допускается различное разбиение звукового потока на слоги (*сол-**ны**-шко* и *сол-**ныш**-ко*). Слог не является носителем смысла, тоновая характеристика слога отсутствует. Слогоделение не имеет морфологической значимости, например, деление на слоги ***тра-ва*** не совпадает с делением на морфемы ***трав***- (корень), -***а*** (окончание).

3. Морфема

кит.: морфема, как правило, односложна, например: 理 *упорядочивать*; *управлять* и др., 财 *богатство; финансы* и др. Крайне редко встречаются двусложные морфемы в основном как результат иноязычных заимствований 玻璃 *стекло*.

Характеризуется низкой вариативностью (в силу того, что ее экспонент – слог имеет фиксированный состав и почти не изменяется). По ряду свойств лексические (вещественные) морфемы сближены с простыми словами, например, морфема 书 *книга*, входящая в состав слов 书籍 *книги*,书记 *секретарь*,书包 *портфель* и др., совпадает по значению с простым словом 书 *книга* в предложении: 我还没看这本书。*Я еще не читал эту книгу* – и отличаются от них только синтаксической несамостоятельностью, которой не обладает морфема. Граница между морфемой и простым словом размыта (проявляется только в синтаксическом отношении). Грамматические морфемы немногочисленны, односложны, например формообразовательные морфемы (видо-временные суффиксы 了, 过, 着 и суффикс множественного числа существительных-лиц и личных местоимений 们). Грамматические морфемы в большей степени вариативны, чем вещественные (например, возможна редукция слоговых гласных в беглой речи в суффиксе множественности 们: 我们 *wǒ**mn*** вместо *wǒ**men***).

рус.: морфема не совпадает в своих границах со слогом (деление на морфемы слова *книги*: *книг-* (корневая морфема) ***-и*** (окончание) не совпадает с делением на слоги *кни-ги*). Резко отличается от простого слова и не обязательно совпадает с ним: корневая морфема *вод-* отличается от простого слова *вода*. Иногда возможно совпадение корневой морфемы с простым словом: *кот-* корневая морфемы в словах *кот*, *коты* совпадает с простым словом *кот*.

4. Слово

кит.: простое слово, как правило, односложно и совпадает в границах с морфемой, например, простое слово 家 *семья, дом* в предложении我有一个家。 *У меня есть семья* совпадает с морфемой 家 *семья, дом* в слове 家俗 *родовые обычаи*, фразеологизме 家无二主 *в семье не бывает двух хозяев*. Количественно доминируют двусложные слова (составляют 85 %), состоящие из корневых морфем, характеризующихся определенным типом отношений: копулятивные (城市 *город*), атрибутивные (绿豆 *фасоль золотистая*), глагольно-объектные (担心 *беспокоиться*), комплементарные (弄清 *уяснить*), предикативные (肉麻 *тошнотворный*). Количество словообразовательных аффиксов ограничено, что обусловливает незначительное число собственно производных слов. Словообразовательные аффиксы агглютинативны (子: 鸽子 *голубь*, 稿子 *черновик*, 鬼子 *черт*, 猴子 *обезьяна*, 菜篮子 *продовольственная корзина*; 巴: 嘴巴 *клюв*, 尾巴 *хвост*, 下巴 *подбородок*, 哑巴 *немой*). В большей степени, чем аффиксы, развиты полуаффиксы, представляющие собой словообразовательные аффиксы, сохраняющие в определенной мере вещественное значение (超: 超低 *сверхнизкий*, 超高 *сверхвысокий*, 超自然 *сверхъестественный*, 超声*ультразвук*, 超音速 *сверхзвуковая скорость*; 化: 电气化 *электрификация*, 工业化 *индустриализация*, 现代化 *модернизация*, 美化 *приукрашать*, 极化 *поляризация*, 退化 *деградация*). Формообразовательные аффиксы агглютинативны, не используются для связи слов в словосочетании и предложении: 学生们要离开学校。*Ученикам нужно покинуть школу*. За одним формообразовательным аффиксом закреплено одно грамматическое значение. Формообразовательные аффиксы часто факультативны, основа слова способна к самостоятельному функционированию: 学生要离开学校。*Ученикам / ученику* (в зависимости от контекста) *нужно покинуть школу*. Сложные слова могут быть неотличимы от словосочетаний (鹿肉 *оленина*, 鱼肉 *рыбная мякоть*, 鸡肉 *курятина*, 猪肉 *свинина*, 羊肉 *баранина*, 牛肉 *говядина*, 鸭肉 *мясо утки*);

рус.: простое слово может состоять из двух материально выраженных морфем, например, в слове *рука* – *рук-* (корень) *-а* (окончание). Основа простого слова, как правило, не может употребляться в качестве самостоятельного (в слове *рука* основа *рук-* не может самостоятельно употребляться в речи). Словообразовательные аффиксы присоединяются способом фузии: *мужик* – *мужи**цк**ий* (суффикс ***-ск***), *такси* – *такс**ист*** (суффикс ***-ист***). Формообразовательные аффиксы используются для выражения синтаксических отношений между словами: *красив**ая** девушк**а*** (согласование), *любовь **к** родин**е*** (управление). Формообразовательные аффиксы совмещают несколько грамматических значений

(*золот**ых***, окончание ***-ых*** совмещает грамматические значения м. р. мн. ч. род. п.), присоединяются к основе слова способом фузии (*старани**е*** [стар*ан'и**j'э***]). Не существует проблемы разграничения сложного слова и словосочетания.

5. Словосочетание

кит.: синтаксические связи слов в словосочетании обеспечиваются словопорядком и использованием служебных слов: союзов, частиц, предлогов, послелогов и др. Типы синтаксических отношений слов в словосочетании, создающие его грамматическое значение, схожи с типами отношений корневых морфем в сложных словах: копулятивные (上海和广州 *Шанхай и Гуанчжоу*), атрибутивные (中国的崛起 *возвышение Китая*), глагольно-объектные (想他 *скучать по нему*), комплементарные (洗得干净 *отмыть дочиста*), предикативные (粮食丰收 *богатый урожай зерна*). Сочетания односложных слов могут быть неотличимы от сложных слов (起草 *написать черновик*);

рус.: в подчинительном словосочетании существует три типа синтаксической связи между словами: согласование – зависимое слово согласуется в роде, числе и падеже с главным, выраженным существительным (*научн**ая** конференци**я***); управление – зависимое слово ставится в форму косвенного падежа (*писать иероглифы*); примыкание – отсутствие морфологического изменения зависимого слова, его смысловое подчинение главному (*громко говорить*). Синтаксические отношения между словами, возникающие на основе одного из видов подчинительной связи, бывают атрибутивными, объектными, субъектными, комплетивными и др. Роль служебных слов в установлении синтаксических связей между словами относительно невелика.

6. Предложение

кит.: характеризуется относительно строгим порядком слов, который грамматически значим. Перестановки слов без изменения синтаксических связей ограничены и допустимы лишь в той мере, в какой разное взаимное расположение слов дает сходный или одинаковый грамматический эффект: 老虎吃掉了小羊。 *Тигр съел ягненка*. Перестановка слов возможна только с использованием дополнительных служебных слов (предлогов):

老虎把小羊吃掉了。Тигр ягненка съел.
⇨ 小羊被老虎吃掉了。Ягненок съеден тигром.

Для связи слов используются следующие служебные слова: предлоги (把, 被, 对, 在, 给, 为, 向, 到, 往 и др.), послелоги (上, 下, 中间, 以来, 以后, 以内 и др.), союзы (和, 但是, 可是, 或者, 如果, 因为, 倘, 虽然, 像, 好像 и др.), частицы (不, 没, 都, 了, 啦), классификаторы (个, 张, 只, 双, 把, 所, 家 и др.) и интонация (в меньшей степени).

рус.: предложение характеризуется тем, что взаимное расположение слов не имеет грамматической значимости, синтаксическая связь формируется словоформами: *Тигр съел ягненка. Тигр ягненка съел. Ягненка съел тигр. Ягненка тигр съел. Съел тигр ягненка. Съел ягненка тигр.*

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сопоставление языковых единиц указанной парадигмы в китайском и русском языках позволило нам выявить существенные различия общесистемного характера – в функциональном, структурном и квантитативном аспектах.

Функциональные различия:

- в китайском языке фонема выполняет только смыслоразличительную функцию, а в русском и смыслоразличительную, и смысловыразительную;
- слог в китайском языке является носителем смысла, ему присущ тон, выполняющий смыслоразличительную функцию, а в русском языке слог не является носителем смысла, тоновая характеристика слога отсутствует;
- основа слова в китайском языке способна к самостоятельному функционированию в качестве слова, а в русском – нет;
- наряду с аффиксами в китайском языке словообразовательную функцию также выполняют полуаффиксы, отличающиеся от последних частичным сохранением вещественного значения;
- формообразовательные аффиксы в китайском языке не используются для связи слов в предложении, часто носят факультативный

характер, в русском языке формообразовательные аффиксы выполняют функцию выражения синтаксических отношений между словами;
- за одним формообразовательным аффиксом в китайском языке закреплено одно грамматическое значение, а в русском языке формообразовательные аффиксы совмещают несколько грамматических значений;
- словоформа в китайском языке синтаксически незначима, а в руссом языке она служит для реализации синтаксических отношений между словами;
- в китайском языке функцию установления синтаксических связей между словами в словосочетании выполняют словопорядок и служебные слова, а в русском языке подчинительная синтаксическая связь в словосочетании устанавливается согласованием, управлением или примыканием зависимого слова, роль же служебных слов относительно невелика;
- в китайском предложении функцию формирования синтаксической структуры выполняют порядок слов, служебные слова и интонация, в русском языке синтаксическая структура предложения формируется словоформами.

Структурные различия:
- в китайском языке слог имеет фиксированное строение, а в русском языке звуки в слогах сочетаются свободно, слог не имеет фиксированного состава, допускается различное разделение звукового потока на слоги;
- простое слово в китайском языке является односложным, т. е. одноморфемным, в русском языке простое слово может состоять из двух морфем;
- деление на слоги в китайском языке совпадает с делением на морфемы, вещественные морфемы по структуре совпадают с однокоренными простыми словами;
- словообразовательные и формообразовательные аффиксы в китайском языке агглютинативны, а в русском они присоединяются способом фузии, при которой фонетические изменения на стыке морфем делают неочевидным место морфемной границы;
- сложные слова в китайском языке во многих случаях неотличимы от словосочетаний;
- предложение в китайском языке характеризуется фиксированным порядком знаменательных и служебных слов, который грамматически значим, в русском языке словопорядок не имеет грамматической значимости;

Квантитативные различия:
- количество слогов в китайском языке ограничено, а количество их структурных типов невелико, в русском языке количество слогов и их структурных типов не ограничено;
- в китайском языке количественно доминируют двусложные слова, в словах русского языка количество слогов широко варьируется; количество словообразовательных аффиксов в китайском языке ограничено, что обусловливает ограниченное количество производных слов; в русском языке количество словообразовательных аффиксов велико;
- количество формообразовательных аффиксов в китайском языке незначительно, отсутствует их омосемия, а в русском языке существует омосемия формообразовательных аффиксов, имеются ряды параллельных аффиксов для передачи одного и того же грамматического значения или комплекса значений.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гак В. Г. Сравнительная типология французского и русского языков. Л.: Просвещение, 1977.
2. Солнцев В. М. Введение в теорию изолирующих языков. М.: Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 1995.
3. Стернин И. А. Контрастивная лингвистика. Проблемы теории и методологии. М.: АСТ: Восток – Запад, 2007.
4. Касевич В. Б. О квантитативно-типологических индексах для характеристики восточных языков // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 13. 2009. Вып. 3. С. 123–142.
5. Волков К. В., Гурулева Т. Л. Сопоставительный анализ типологических характеристик китайского и русского языков // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2018. №8 (131). С. 148–154.
6. Гурулева Т. Л. Китайская языковая личность: характеристика речевого портрета и его сопоставительный анализ: монография. М.: Издательский дом ВКН, 2019.

7. Гурулева Т. Л., Абдрахманова А. Р. Типологические характеристики слоговых языков (на материале языков Восточной и Юго-Восточной Азии) // Современное педагогическое образование. 2022. № 11. С. 208–212.
8. Чэнь И., Рогозная Н. Н. Сопоставительный анализ фонологических систем русского и китайского языков. Иркутск: Изд-во ИрГТУ, 2012.
9. Селезнева Н. В. Сопоставительный анализ структуры синонимов в китайском и русском языках (на примере наименований жилищ) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 12(66): в 4 ч. Ч. 4. С. 164–167.
10. Петрова Н. Э., Рубцова Е. В. Антонимичная лексика китайского и русского языков: семантические аспекты // Казанская наука. 2016. № 3. С. 92–94.
11. Шао Ш. Сопоставительный анализ китайского и русского языков // Язык и культура: сборник статей XXVII Международной научной конференции, 2017. С. 376–378.
12. Алибекова Г. А., Паршина А. А. Сопоставительный анализ интернет-лексики китайского и русского языков // Вопросы развития современной науки и техники. 2021. № 5. С. 252–258.
13. Цзинь Л. Сопоставительный анализ наречия «очень» и 很 в русском и китайском языках // Litera. 2021. № 10. С. 183–191.
14. Виноградов В. В. Русский язык (Грамматическое учение о слове) / под ред. Г. А. Золотовой. 4-е изд. М.: Русский язык, 2001.
15. Коротков Н. Н. Основные особенности морфологического строя китайского языка: грамматическая природа слова. М.: Наука, 1968.
16. Касевич В. Б. О соотношении незнаковых и знаковых единиц в слоговых и неслоговых языках, в кн.: Проблемы семантики. М., 1974. С. 120–135.
17. 房玉清. 使用汉语语法. 北京：北京大学出版社. 2006 = Фан Юйцин. Практическая грамматика китайского языка. Пекин: Бейцзин дасюэ чубаньшэ, 2006.
18. Нелюбин Л. Л. Сравнительная типология английского и русского языков. М.: Флинта, 2017.
19. Горелов В. И. Теоретическая грамматика китайского языка. М.: Просвещение, 1989.

REFERENCES

1. Gak, V. G. (1977). Sravnitel'naya tipologiya francuzskogo i russkogo yazykov = Comparative typology of French and Russian languages. Leningrad: Prosveshchenie. (In Russ.)
2. Solntsev, V. M. (1995). Vvedenie v teoriyu izoliruyushchih yazykov = Introduction to the theory of isolating languages. Moscow: Publishing company "Vostochnaya literatura" RAS. (In Russ.)
3. Sternin, I. A. (2007). Kontrastivnaya lingvistika. Problemy teorii i metodologii = Contrastive linguistics. Problems of theory and methodology. Moscow: ACT: Vostok – Zapad. (In Russ.)
4. Kasevich, V. B. (2009). On Quantitative-Typological Indices to Characterize Oriental Languages. Bulletin of St. Petersburg University, Ser. 13, 3, 123 – 142. (In Russ.)
5. Volkov, K. V., Guruleva, T. L. (2018). Comparative analysis of the typological characteristics of the Chinese and Russian languages. Bulletin of the Volgograd State Pedagogical University, 8 (131), 148 – 154. (In Russ.)
6. Guruleva, T. L. (2019). Kitajskaya yazykovaya lichnost': harakteristika rechevogo portreta i ego sopostavitel'nyj analiz = Chinese language personality: characteristics of a speech portrait and its comparative analysis. Moscow: Izdatel'skij dom VKN. (In Russ.)
7. Guruleva, T. L., Abdrakhmanova, A. R. (2022). Typological characteristics of syllabic languages (based on the languages of East and Southeast Asia). Modern Pedagogical Education, 11, 208 –212. (In Russ.)
8. Chen, I., Rogoznaya, N. N. (2012). Sopostavitel'nyj analiz fonologicheskih sistem russkogo i kitajskogo yazykov = Comparative analysis of the phonological systems of the Russian and Chinese languages. Irkutsk: Publishing house of ISTU. (In Russ.)
9. Selezneva, N. V. (2016). Comparative analysis of the structure of synonyms in Chinese and Russian languages (on the example of dwelling names). Philology. Theory and Practice, 12(66), part 4, 164 – 167. (In Russ.)
10. Petrova, N. E., Rubtsova, E. V. (2016). Antonymic vocabulary of the Chinese and Russian languages: semantic aspects. Kazan Science, 3, 92 – 94. (In Russ.)
11. Shao, Sh. (2017). Comparative analysis of Chinese and Russian languages. Yazyk i kul'tura (pp. 376–378): The digest of articles of the XXVII International Scientific Conference. (In Russ.)
12. Alibekova, G. A., Parshina, A. A. (2021). Comparative analysis of the Internet vocabulary of the Chinese and Russian languages. Questions of the development of modern science and technology, 5, 252–258. (In Russ.)

13. Jin, L. (2021). Comparative analysis of the adverb “very” and 很 in Russian and Chinese. Litera, 183–191. (In Russ.)
14. Vinogradov, V. V. (2001). Russkij yazyk (Grammaticheskoe uchenie o slove) = Russian language (Grammatical doctrine of the word). Moscow: Russkij yazyk. (In Russ.)
15. Korotkov, N. N. (1968). Osnovnye osobennosti morfologicheskogo stroya kitajskogo yazyka: grammaticheskaya priroda slova = The main features of the morphological structure of the Chinese language: the grammatical nature of the word. Moscow: Nauka. (In Russ.)
16. Kasevich, V. B. (1974). On the correlation of non-sign and sign units in syllabic and non-syllabic languages (pp. 120–135): Problems of Semantics. (In Russ.)
17. 房玉清. 使用汉语语法. 北京：北京大学出版社. 2006 = Fang Yuqing (2006). Using Chinese Grammar. Beijing: Peking University Press.
18. Nelyubin, L. L. (2017). Sravnitel’naya tipologiya anglijskogo i russkogo yazykov = Comparative typology of English and Russian languages. Moscow: Flinta. (In Russ.)
19. Gorelov, V. I. (1989). Teoreticheskaya grammatika kitajskogo yazyka = Theoretical grammar of the Chinese language. Moscow: Prosveshchenie. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Гурулева Татьяна Леонидовна
доктор педагогических наук, профессор
ведущий научный сотрудник Института Китая и современной Азии РАН
профессор Военного университета им. князя А. Невского МО РФ

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Guruleva Tatiana Leonidovna
Doctor of Pedagogy (Dr. habil.), Professor
Leading Research Fellow, Institute of China and Modern Asia, Russian Academy of Sciences
Professor, Military University named after Prince Alexander Nevsky of the Ministry of Defence of the Russian Federation

Статья поступила в редакцию	11.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	18.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 811.1/.2
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_40

Становление семантики глаголов плача в английском и испанском языках

О. А. Гусева[1], Е. А. Попова[2]

[1,2]*Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия*
[1]*gouseva_olga80@mail.ru*
[2]*ogenia@yandex.ru*

Аннотация. В статье рассматриваются особенности развития семантики частотных глаголов со значением плача в английском и испанском языках на материале этимологических, идеографических и толковых словарей. Особое внимание уделяется концептуальным составляющим, репрезентирующим плач как выражение горестных эмоций (наличие / отсутствие слез, интенсивность и длительность звука и др.) Делается вывод о наличии, с одной стороны, большого числа сходных черт и идентичных основных компонентов, присущих проанализированным глаголам, с другой – о тесном переплетении в английском языке идей плача и крика, которого не было обнаружено в семантике испанских глаголов.

Ключевые слова: английский язык, испанский язык, плач, этимология, семантика, лексема

Для цитирования: Гусева О. А., Попова Е. А. Становление семантики глаголов плача в английском и испанском языках // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 40–47. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_40

Original article

Development of Semantics in English and Spanish “Crying” Verbs

Olga A. Guseva[1], Evgeniya A. Popova[2]

[1,2]*Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia*
[1]*gouseva_olga80@mail.ru*
[2]*o-genia@yandex.ru*

Abstract. The article deals with the development of semantics of frequent “crying” verbs in English and Spanish based on etymological, ideographic and explanatory dictionaries. It focuses on the conceptual components that represent crying as an expression of sad emotions (presence / absence of tears, intensity and duration of the sound, etc.). The article considers, on the one hand, a large number of similar features and identical main components inherent in the analyzed verbs, and on the other – close connection of the ideas of crying and screaming in the English verbs, absent in Spanish ones.

Keywords: the English language, the Spanish language, crying, etymology, semantics, lexeme

For citation: Guseva, O. A., Popova, E. A. (2023). Linguistic and Development of Semantics in English and Spanish “Crying” Verbs. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 40–47. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_40

ВВЕДЕНИЕ

Плач – это первое проявление человеческой речи, естественное и «эксклюзивное» именно для вида homo sapiens: как только человек появляется на свет и воздух проникает в его легкие, он начинает плакать. Неизвестный автор испанского средневекового эпоса «Crónica incompleta de los Reyes Católicos» («Неполная хроника католических королей»), датированного XV веком, назвал неонатальный плач прелюдией к тому, что ожидает каждого из нас в этой долине слез (*este valle de lágrimas*), поскольку со слезами мы приходим в мир, с ними в нем живем и, плача, покидаем его (*con lágrimas venimos al mundo y con ellas en él vivimos, y llorando nos vamos dél*) [Crónica ..., 1934, с. 54].

Плач представляет собой эмоциональный ответ на ситуацию страданий, однако люди часто используют его с целью социального взаимодействия. Мы можем сдерживать плач или, наоборот, вызывать его, плакать с разной интенсивностью и менять интонации, сопровождать плач такими физическими проявлениями, как слезы, прерывистое дыхание, крики и др. Многое в данном случае зависит от ситуации, а также от конкретной культуры, обычаев и социальных установок. Плач говорит об уязвимости, физической или душевной боли, останавливает агрессию и пробуждает сочувствие. Психологически именно отношение окружающих к нашему плачу (а не плач как таковой) может улучшить наше эмоциональное состояние.

Неудивительно, что язык, будучи отражением человеческого мировосприятия, изобилует глаголами, передающими указанную эмоциональную реакцию. Так, например, в русском языке исследователи выделяют 18 частотных глаголов со значением плача [Ротова, 2009], в испанском идеографическом словаре Р. Дель Мораля к употребительным относятся 19 лексем[1], а в Кембриджском словаре-тезаурусе английского языка[2] – 13 (напомним, что речь идет именно об отдельных словах, а не глагольных сочетаниях типа *burst into tears* или *humedecerse los ojos*).

Становление значений лексем, репрезентирующих концепт «плач» в разных языках, представляет интерес, поскольку этимологический анализ позволяет выделить концептуальные составляющие, лежащие в основе семантики исследуемых единиц, и очертить спектр смысловых оттенков указанного понятия. Цель настоящей статьи – проследить развитие семантики глаголов, обозначающих плач в современном английском и испанском языках, выявить в них сходные и отличительные черты. Источником материала для исследования служат толковые, идеографические и этимологические словари двух языков.

ЭТИМОЛОГИЯ ЛЕКСЕМ СО ЗНАЧЕНИЕМ ПЛАЧА В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Для определения первичного синонимического ряда в английском языке обратимся к толковым словарям[3], словарям синонимов и словарям-тезаурусам[4]. В качестве основной, самой частотной и стилистически нейтральной единицы с самым широким значением для обозначения плача все словари предлагают глагол *cry*. Это представляется логичным еще и потому, что данный глагол противопоставляется в качестве антонима глаголу *laugh* – также наиболее частотному, стилистически нейтральному и обладающему максимально широкой семантикой. Кроме того, глаголы, зафиксированные в словарях в качестве синонимов глагола *cry*, как правило, толкуются через него. Аналогичным образом все синонимы глагола *laugh* содержат именно эту лексему (*laugh*) в качестве ключевого компонента дефиниций. Примечательно, что глаголов плача и / или крика от горя в английском языке намного больше, чем глаголов смеха / улыбки. Аналогичная картина складывается в испанском и в русском языках. Причину такого дисбаланса еще предстоит выяснять не только лингвистам, но и культурологам, историкам, психологам и др.

Согласно данным различных словарей глагол *cry* – лексема, разброс значений которой весьма широк – от «плакать» до «кричать, восклицать» и «тявкать». Синонимов глагола *cry* достаточно много, но для данного исследования мы отобрали следующие: *weep, sob, wail, keen, whimper, moan, blubber, bawl*. Именно они даются в качестве первых и основных синонимов глагола *cry* в большинстве толковых словарей и словарей синонимов.

Сделаем первый шаг в сторону понимания современной семантики слова – обратимся к этимологическому словарю[5]. Согласно данным etymonline.com свою историю глагол *to cry* ведет с середины XIII века. В то время он имел значение «yell (something) out, utter» («выкрикнуть что-либо, издать звук»[6]), т. е. к нему еще не прибавилась идея плача и тем более проливания слез. С начала XIV века значение слегка расширятся до «beg, implore;

[1] Del Moral R. Diccionario ideológico. Átlas léxico de la lengua española. Barcelona: Herder, 2009.

[2] Cambridge Dictionary. URL: https://dictionary.cambridge.org/ru/thesaurus/cry

[3] The Free Dictionary. URL: https://www.thefreedictionary.com

[4] Free Thesaurus. URL: https://www.freethesaurus.com

[5] Online Etymology Dictionary. URL: https://www.etymonline.com/

[6] Здесь и далее перевод наш – *О. Г., Е. П.*

speak earnestly and loudly; advertise by calling out» («просить, умолять; говорить с чувством, громко; выкрикивать с целью рекламы»). Составители словаря предполагают, что глагол *to cry* мог прийти в английский язык путем заимствования и адаптации старофранцузского глагола *crier*, который восходит к глаголу *critare* из вульгарной латыни и к глаголу *quiritare* со значением «to wail, shriek» («орать, голосить») из классической латыни. К этому же источнику восходят глаголы других романских языков – итальянского (*gridare*), старо-испанского (*cridar*), современных испанского и португальского (*gritar*) – с общим значением «кричать». Еще одно предположение состоит в том, что источником данных глаголов может служить латинская лексема *quirritare* со значением «to squeal like a pig» («верещать, как свинья»), основанным на звукоподражательном слове **quis*. Народная же этимология толкует это как «to call for the help of the Quirites», т. е. *звать на помощь римскую полицию – Quirites*.

Таким образом, *to cry* изначально передавал идею громкого эмоционального крика или возгласа для привлечения внимания или для оповещения. Для сравнения: в русском языке лексемы *крик, кричать* и их производные существуют с тем же значением, в то время как значение «лить слезы» имеют другие глаголы – например, *плакать, рыдать*. Похожая ситуация сложилась и в испанском языке, где глагол *gritar* имеет именно значение крика, а для репрезентации плача используются лексемы *llorar, lagrimar / lagrimear* и др.

Аналогом глагола *рыдать* в английском языке является *to weep*. В современных словарях это первый синоним глагола *to cry*, однако он имеет более возвышенную стилистическую окраску, а если обратиться к его истории, то выясняется, что он намного старше своего нынешнего синонима. Согласно тому же этимологическому словарю, *to weep происходит от древнеанглийского сильного глагола wepan* «shed tears, cry; bewail, mourn over; complain» («лить слезы, плакать; голосить, скорбеть; жаловаться»), который, в свою очередь, происходит от общегерманского **wopjan*. Аналогичные глаголы существовали в древневерхненемецком (*wuof*), в древнесаксонском (*wopian*) и в готском (*wopjan*). Все они предположительно восходят к общеиндоевропейской основе **wab-* («to cry, scream» – «плакать, кричать»), получившей развитие в латыни в виде глагола *vapulare* «to be flogged» («быть телесно наказанным, выпоротым»), а в церковнославянском *vupiti* «to call» («звать»). Как носители русского языка мы с легкостью узнаем современные лексемы *вопить, вопль*. Интересным представляется добавление еще одного значения слова *weep* от составителей etymonline.com «of water naturally forming on stones, walls, etc., from c. 1400» («о воде, естественным образом появляющейся на камнях, стенах и пр.»), причем в этом значении глагол *to weep* стал употребляться с начала XV века.

Примечательно, что с XIII века глагол *to cry* также стал употребляться в значении «лить слезы», которое до этого было закреплено за глаголом *to weep*. К XVI веку глагол *to cry* вытеснил глагол *to weep* в значении «utter a loud, vehement, inarticulate sound» («издавать громкий, неистовый, нечленораздельный звук»). Выражение *to cry* (*one's*) *eyes out* «weep inordinately» («неистово рыдать») сформировалось примерно к 1704 году.

Таким образом, вследствие экстралингвистических факторов (в частности, Нормандского завоевания Англии) английский язык пополнился огромным количеством новых слов, часть из которых полностью вытеснила исконные, в то время как другая часть расширила (в некоторых случаях – сузила) палитру значений и заняла свое место в его словарном составе, увеличив тем самым синонимические ряды. В нашем случае лексико-семантическое поле, репрезентирующее концепт «плач», пополнилось еще одной лексемой, у которой изначально отсутствовало значение собственно плача со слезами. Однако со временем именно глагол *to cry* стал ключевым и стилистически нейтральным для обозначения данного явления.

В результате небольшого экскурса в историю, а также первичного рассмотрения дефиниций синонимов глагола *to cry* можно предположить, что ключевым фокусом внимания при языковом обозначении выражения скорби, грусти и печали в английском языке были не слезы, а именно крик, вопль. Об этом свидетельствует большое количество синонимов с общим значением чаще всего громкого выражения грусти и скорби (при отсутствии явного упоминания о слезах) – например, *wail, keen, whimper, moan, bawl*, тогда как всего несколько глаголов (*cry*, *weep*, *sob* и, возможно, *blubber*) имеют в дефинициях компонент «лить слезы».

Попробуем рассмотреть этимологию этих глаголов примерно в хронологическом порядке их возможного появления в английском языке.

Глагол *sob* (*всхлипывать*) передает несколько иную идею, нежели *cry*, а именно «weeping or a mixture of broken speech and weeping marked by convulsive breathing or gasping» («рыдание вперемешку с прерывистой речью и конвульсивным дыханием»), т. е. компонент «слезы» в структуре его значения присутствует благодаря глаголу *weep*, однако основной фокус переносится на характер

дыхания – прерывистый, конвульсивный, с частыми и резкими вдохами-выдохами. Известен этот глагол в форме *sobben* с начала XIII века, причем в значении «to cry or sigh heavily with short breaths and a sudden heaving of the chest, in sorrow or joy» («плакать или тяжело вздыхать короткими вздохами и со вздыманием грудной клетки, от горя или радости, т. е. такая физическая реакция может быть как на отрицательный, так и на положительный стимул. Составители словаря etymonline.com предполагают, что данная лексема сходна с древнеанглийским глаголом *seofian*, означающим «to lament» («горевать, плакать, причитать»), с древневерхненемецким *sufan* «to draw breath» («переводить дыхание») и западнофризским *sobje* «to suck» («сосать»). Другими словами, в данной лексеме слились воедино несколько смыслов – горевание, усиленное дыхание и всасывающие, шмыгающие звуки.

Что касается существительного *sob*, то оно зарегистрировано лишь в конце века в виде *sobbe* «convulsive heaving of the breast» («конвульсивное вздымание грудной клетки»). Интересно, что в 1912 году появилось словосочетание *sob sister* – «female journalist who writes sentimental stories or advice columns» («журналистка, пишущая сентиментальные сюжеты или колонки советов»), а в 1913 и *sob story* – «tale of grief» («печальная, слезливая история»). Тем самым в слово *sob* проникло значение «слезливости», т. е. его употребление предполагает наличие причины или повода сентиментально всплакнуть.

Появившийся в середине XIII века глагол *moan* в форме *monen* со значением «mourn (someone); regret, bewail» («скорбеть по кому-либо; сожалеть, оплакивать»), а с 1300 года со значением «to lament inarticulately, grieve; utter mournfully» («нечленораздельно причитать, горевать; скорбно восклицать») предположительно восходит к древнеанглийскому **mānan*, *mænan* «to lament» («причитать»). Во второй половине XIV века значение несколько изменилось на «complain, tell one's troubles» («жаловаться, рассказывать о своих бедах»), а с 1724 года глагол стал означать «to make a low sound expressive of physical or mental suffering» («издавать тихие звуки, выражающие физическое или моральное страдание»).

Глагол *wail* в английском языке существует с XIV века и, возможно, восходит к древнескандинавским лексемам *væla* «to lament» («горевать, плакать, причитать») и *væ* «woe» («скорбеть»). Интересно, что слово *woe* появилось ближе к концу XII века и предположительно восходит к древнеанглийскому междометию *wa! – обычному во многих языках восклицанию*, выражающему скорбь (ср. латинское *væ*, греческое *oa*, немецкое *weh*, латышское *wai*, староирландское *fe*, валлийское *gwae*, армянское *vay*). Забавно, что знакомое многим эмоциональное восклицание на идиш *oy vey* (*ой вей*) также происходит от немецкого *weh*.

Еще один интересный глагол – *blubber* – также стоит в одном синонимическом ряду с глаголом *cry*. Глагол *blubber* появился в языке в конце XIV – начале XV века как производное от существительного *blober* в значении «a bubble, bubbling water; foaming waves» («пузырь, бурлящая вода, вспененные волны»), что дает метафорическую основу значению «рыдать, лить слезы». Однако в современном языке *blubber* имеет насмешливо-уничижительный оттенок и может применяться по отношению к плачущим детям (возможно, в таком употреблении сродни русскому *разнюниться*).

В середине XV века появляется глагол *bawl* в значении «to howl like a dog». Предположительно, он восходит к древнескандинавскому *baula* «to low like a cow» («мычать, как корова») и / или к средневековой латыни, где был глагол *baulare* «to bark like a dog» («лаять, как собака»). В конце XVI века английский глагол *bawl* приобрел значение «shout loudly» («громко кричать»). В начале XVI века зарегистрирован глагол *whimper*, который, по всей видимости, происходит от немецкого *wimmern* «to whimper, moan» («хныкать, скулить, стонать»).

Еще один глагол, передающий скорбь, – *keen*. Согласно словарям его значение – «lament loudly over the dead, bitterly wail» («громко причитать над покойником, горько стенать»), зарегистрирован он впервые в 1811 году и происходит от ирландского *caoinim* «I weep, wail, lament» («я рыдаю, стенаю, горюю»), который, в свою очередь, восходит к древнеирландскому *coinim* «I wail» («я стенаю»). В 1893 году было зарегистрировано еще одно значение – «to utter in a shrill voice» («выкрикнуть пронзительным, резким голосом»).

Что же представляют собой эти глаголы в современном языке? Глагол *cry* открывает собой несколько синонимических рядов, в том числе интересующий нас ряд с общим значением «плакать». Примечательно, что глагол *cry* не сразу приобрел такое значение, а долгое время существовал, передавая идею крика, восклицания, тогда как в значении «плакать, рыдать» выступал глагол *weep*, который сегодня приобрел более возвышенную стилистическую окраску. Тем не менее только глагол *weep* может считаться, во-первых, самым старым (он существовал уже в древнеанглийском), а во-вторых, центральным, основным по интересующему нас значению – «лить слезы».

Что касается остальных упомянутых в данном исследовании глаголов, то каждый из них имеет

свои особенности. Например, глагол *sob* акцентирует больше внимания на конвульсивном дыхании, хотя и имеет в себе компонент «лить слезы». Глаголы *keen, wail, moan* сочетают в себе крик, стон и слезы в основном от горя и скорби. Глагол *bawl* можно считать синонимом глагола *cry*, но в большей степени в значении «кричать», так как ни в этимологическом словаре, ни в современных толковых словарях нет и намека на компонент «лить слезы». Глагол *blubber* означает «рыдать, лить слезы», причем без указания причины, и имеет насмешливо-уничижительный оттенок, что закреплено в дефинициях. И наконец, глагол *whimper* несет в себе характеристику звука, который может получаться при плаче – «хныкать, скулить».

ПРОИСХОЖДЕНИЕ ГЛАГОЛОВ ПЛАЧА В ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ

Как было отмечено ранее, в испанском языке, в отличие от английского, у глагола *gritar*, производного от той же основы, что и *cry*, значение плача развития не получило. Основной лексемой с исследуемой семантикой является глагол *llorar*. Синонимический ряд в идеографическом словаре Р. Дель Мораля включает 18 слов современного и 2 – устаревшего употребления, а также 34 устойчивых глагольных выражения со значением плача в разных его проявлениях. Для этимологического анализа, помимо ядерной лексемы *llorar* мы отобрали ее синонимы первого ряда, представленные в указанном словаре, – *plañir, lagrimar / lagrimear, encanarse, implorar / deplorar, lloriquear, gemir / gemiquear, sollozar*[1].

Итак, нейтральный и частотный глагол *llorar* (*плакать, лить слезы, оплакивать, горевать*) происходит от латинского *plorāre* с аналогичным значением. На сегодняшний день латинский корень прослеживается во французском *pleurer* и португальском *chorar*. Впервые в испанском языке слово используется в форме *lorar* в XII веке, в героическом эпосе Реконкисты «Песнь о моем Сиде» (*Cantar de Mío Cid*), наряду с его латинским «предком». Далее латинский диграф ***pl-***, как и во многих других случаях (например, *plovĕre* – *llover* – «лить» о дожде), переходит в испанский *ll-*[2]. В то же время корень *plor-* сохранился в других глаголах, репрезентирующих концепт «плач» и используемых в испанском языке с XV века, – *implorar* (1433 г.) и *deplorar* (1499 г.)[3], однако стилистически они относятся к книжным. Первый, согласно Словарю Королевской академии Испании (DRAE)[4], имеет значение слезной мольбы («pedir con ruegos o lágrimas algo»), второй переводится как «скорбеть», «оплакивать» («sentir viva y profundamente un suceso»), однако в толковании компонент слез, в отличие от *implorar*, отсутствует.

Что касается самого глагола *llorar*, помимо двух значений, связанных со слезами как физическим проявлением плача («лить слезы» – о человеке и «вытекать из глаз» – о собственно слезах), и двух – с чувством горя или сожаления («скорбеть / сожалеть» и «оплакивать»), словарь предлагает следующее: «Dicho de la vid al principio de la primavera: Destilar savia»[5] («О виноградной лозе в начале весны: выделять сок»). Такое метафорическое значение появилось в результате зимней обрезки лозы, которая в это время находится в спячке. Выделяемая жидкость свидетельствует о пробуждении растения и развитии его жизненной активности. Слезы виноградной лозы (*lloro de la vid*) для испанцев означают приход весны[6]. Таким образом, *llorar* имеет много общих черт с английским глаголом *weep*, который исторически первым, еще до слова *cry*, обозначал плач со слезами, а также используется для описания естественного появления жидкости на каменных поверхностях.

В конце XIII века появляется образование от *llorar* слово *lloriquear* со значением «хныкать», т. е. плакать не сильно и без особой причины («llorar sin fuerza y sin bastante causa»[7]): его значение подразумевает прерывистость звука, отсутствие компонента «интенсивность / громкость» и, несмотря на глагол *llorar* в дефиниции, как правило – отсутствие слез. Похожее значение – «плакаться», «жаловаться», «ныть» (без слез), с единственной разницей по признаку непрерывности звука, благодаря соответствующему уменьшительному суффиксу имеет глагол *gemequear*, появившийся, согласно исследованиям Х. Коромина́са и Х. Паскуаля, в XIV веке в Мурсии, изменивший форму на *gemiquear* в Андалузии XV века и еще через 100 лет «покоривший» Латинскую Америку в разных вариантах: *gemiquear* – Чили, *jimiquiar* – Доминикана,

[1] Del Moral R. Diccionario Ideológico: Atlas Léxico de la Lengua Española. Barcelona: Herder, 2009.

[2] Sosa R. La palabra del día // Etimología de las palabras. URL: https://www.elcastellano.org/envios/2021-07-09-000000

[3] Corominas J., Pascual J. A. Diccionario Crítico Etimológico Castellano e Hispanico. Vol. II–III. Madrid: Graficas Condor, S.A., Sanchez Pachecho, 1996–1997.

[4] DRAE: Diccionario de la Real Academia española. URL: https://dle.rae.es

[5] DRAE. URL: https://dle.rae.es/llorar

[6] Ponce P. Qué es el lloro de la vid // The Big Wine Theory, 6.09.2017. URL: https://thebigwinetheory.com/2017/09/06/que-es-el-lloro-de-la-vid/

[7] DRAE. URL: https://dle.rae.es/lloriquear?m=form

jeremiquear (*jirimiquear*) – Куба, Пуэрто-Рико, Мексика и Гватемала [Corominas, 1991–1997].

Основой для приведенных лексем является глагол *gemir* (от лат. *gemĕre – вздыхать, стонать, стенать*), который использовался в молитвах и до начала XV века дублировался формой *emer.* В данном случае основными компонентами значения выступают конвульсивное дыхание и интенсивность звука при отсутствии слез. В современном испанском языке значение глагола вышло за пределы концептуализации мольбы и скорби: словарь DRAE приводит толкование «emitir sonidos que expresan dolor, pena o placer sexual» (издавать звуки, выражающие боль, сожаление или сексуальное удовольствие), а словарь Multitran[1] – такие варианты его перевода, как «стонать», «*книжн.* стенать», «охать», «выть», «ныть». Таким образом, на первый план выходит актуализация монотонного интенсивного звука.

Примечательно, что, с одной стороны, диминутивный суффикс в приведенных дериватах, как и в случае с глаголом *lloriquear*, «снизил» интенсивность звучания (оставив монотонность) и привнес в них уничижительный компонент; с другой – исторически религиозная сфера употребления данного глагола наложила отпечаток на его латиноамериканский вариант *jeremiquear*, который, по мнению Х. Короминаса, объединяет *gemiquear* с именем пророка Иеремии. DRAE толкует его через лексемы *lloriquear* и *gimotear*, оба – с негативными коннотациями. Последний, с пометой «уничижительное» имеет значения «gemir con insistencia y con poca fuerza, por causa leve» («постоянно и негромко стонать по надуманной причине») и «hacer los gestos y suspiros del llanto sin llegar a él» («имитировать плач жестами и вздохами, без самого плача»). Получается, что *jeremiquear* используют с издевкой над человеком, который выпрашивает что-либо нытьем (имитирует мольбы).

В целом отобранные для анализа глаголы можно разделить на две группы наличию или отсутствию слез при выражении горестных эмоций. Вторая группа, подробно рассмотренная выше, включает слова *deplorar*, *lloriquear*, *gemiquear* и все его варианты, *gimotear*. К первой группе, помимо базовой нейтральной лексемы *llorar* и книжной *implorar*, относятся глаголы *lagrimar* – «llorar, derramar lágrimas» («плакать, лить слезы»), *lagrimear* – «segregar lágrimas», «gotear» («слезиться, капать») и *sollozar* – «respirar de manera profunda y entrecortada a causa del llanto» (дышать глубоко и прерывисто по причине рыданий, что соответствует вариантам перевода «рыдать» или «всхлипывать»). Существительное *lágrima*, от которого образованы первые два глагола, Х. Короминас датирует XIII веком в произведениях поэта Гонсало де Берсео (Gonzalo de Berceo); «предками» лексемы является латинское *lacrĭma*, образованное от греческого δάκρυμα – с идентичным значением.

Если для глаголов *lagrimar / lagrimear* наличие слез является основным семантическим компонентом, для *sollozar* оно будет вторичным, а на первый план выходит концептуальная составляющая, связанная с дыханием и горловыми звуками (громкими при рыданиях и тихими при всхлипываниях), что вновь находит отражение в этимологии слова. Так, испанский словарь DECEL[2] указывает в качестве источника его происхождения вульгарную латынь: глагол *subgluttire* в ней имел значение «глотать с трудом» и восходил к индоевропейскому корню **gwel* (*глотать*), от которого в латинском языке появилось существительное *gula* (*горло*). С другой стороны, Х. Короминас считает возможным пересечение в этимологии *sollozar* двух латинских источников: вторым является *singultus* – обозначение икающего или хлюпающего звука, издаваемого плачущим человеком. Современное значение данного слова «созвучно» семантике английского глагола *sob*.

Что касается идеи крика, исторически присутствующей в большинстве английских глаголов плача, ярким представителем глагольной группы испанского языка, имеющим указанный компонент значения, является *plañir*, в толковании которого словарь DRAE использует целых три глагола из синонимического ряда – «gemir y llorar, sollozando o clamando» («стонать и плакать, с рыданиями и криками»). Этимологический словарь DECEL в качестве его источника указывает латинскую лексему *plangĕre* с первичным значением «бить», а затем образованным от него «бить себя в грудь» – такими ударами римляне обычно сопровождали проявления боли и скорби (глагол восходит к индоевропейскому корню **plak* – «ударять», «поражать», от которого также образован термин «апоплексия» или паралич). Следующим значением в латинском языке стало «громко завыть, поддавшись порыву боли и скорби». Интересно отметить, что у римлян, как и у греков, было принято на похоронах нанимать профессиональных плакальщиц, и их число зависело от достатка семьи умершего. С растрепанными волосами, покрытыми пеплом, иногда рвущие на себе одежду, плакальщицы сочетали плач и громкие крики боли с ударами себя в грудь и заламыванием рук в качестве проявления отчаяния. В семантике данного глагола в современном испанском языке присутствует как компонент слез, так и компонент крика.

[1] URL: www.multitran.com

[2] DECEL: Diccionario Etimológico Castellano en Línea. URL: http://etimologias.dechile.net

Наконец, еще один испанский глагол, который, с одной стороны, можно поставить в один ряд со «слезными», *encanarse* – «pasmarse o quedarse envarado por la fuerza del llanto o de la risa» («захлебываться от рыданий или смеха»). С другой – его значение выходит за границы концептуализации плача, поскольку, в первую очередь, сосредоточено на силе эмоций и включает возможность реакции не только на горестное, но и на радостное событие, что вновь отсылает нас к истории английского глагола *sob*. В этимологических словарях нами был обнаружен невозвратный глагол *encanar* со значением «попасть в тюрьму», однако выводы о том, насколько тесно связана семантика двух лексем и можно ли метафорически «попасть в тюрьму» собственных эмоций, пока делать рано за недостаточностью необходимого материала.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Как видно из этимологического экскурса, языковые единицы (глаголы и существительные) английского языка с общим значением «плакать» порой невозможно отделить от тех, что передают идею крика. Из девяти глаголов, представленных в данном исследовании и являющихся, согласно словарям, основными синонимами глагола *cry* (в значении «плакать»), четыре (*cry, weep, sob, blubber*) имеют в дефиниции компонент «лить слезы». Таким образом, границы лексико-семантического поля, репрезентирующего концепт «плач» очень размыты, входящие в него синонимические ряды глаголов выходят за его рамки и пересекаются с ЛСП «крик». Как показал этимологический анализ, это не лишено логики, так как первые значения практически у всех представленных здесь глаголов передают идею крика, эмоционального восклицания как реакцию на определенные ситуации и обстоятельства.

У глаголов плача в испанском языке концептуальная составляющая слез превалирует, являясь основной или вторичной в дефинициях 6 из 10 синонимов глагола *llorar* (*plañir, lagrimar, lagrimear, encanarse, implorar, sollozar*), тогда как идея крика ярко выражена только в семантике глагола *plañir*. Объяснение современного значения, как и в случае с английскими глаголами, было найдено с помощью этимологического анализа.

В общем и целом, можно выделить основные компоненты, присущие проанализированным лексемам как в английском, так и в испанском языке: наличие звука (громкого или тихого); наличие причины, т. е. адресность плача (горе, скорбь, несчастье); физическая манера дыхания (резкие, конвульсивные вдохи-выдохи); наличие слез как таковых (это может быть ключевым компонентом дефиниции); оценочность по отношению к плачущему (по внешнему виду или по звуку). Можно сказать, что указанные компоненты могут послужить концептуальными составляющими, лежащими в основе семантики данных единиц.

Всё это дает нам возможность сказать, что концепт «плач» в обоих языках располагает широким спектром смысловых оттенков даже в рамках небольшого количества лексических единиц, что еще раз демонстрирует разнообразие языковой картины мира. Это дает основания для сопоставительных исследований на материале других языков.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Crónica incompleta de los Reyes Católicos. Madrid: Tipología de Archivos, 1934.
2. Ротова М. С. Обозначения плача в современном русском языке // Научный Вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». 2009. № 5 (5). С. 43–46.
3. Corominas J., Pascual J. A. Diccionario Crítico Etimológico Castellano e Hispanico. Madrid: Graficas Condor, S.A., Sanchez Pachecho, 1991–1997.

REFERENCES

1. Rotova, M. S. (2009). The Expressions of Weeping in Modern Russian Language. Voronezh State University of Architecture and Civil Engineering. Linguistics and Intercultural Communication, 5(5), 43–46. (In Russ.)
2. Crónica incompleta de los Reyes Católicos (1934). Madrid: Tipología de Archivos.
3. Corominas J., Pascual J. A. (1991–1997). Diccionario Crítico Etimológico Castellano e Hispanico. Madrid: Graficas Condor, S.A., Sanchez Pachecho.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Гусева Ольга Андреевна
кандидат филологических наук
доцент кафедры лексикологии английского языка факультета английского языка
Института иностранных языков им. М. Тореза
Московского государственного лингвистического университета

Попова Евгения Андреевна
кандидат филологических наук
доцент кафедры подготовки преподавателей редких языков
Института иностранных языков им. М. Тореза
Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Guseva Olga Andreevna
PhD (Philology)
Assistant Professor at the Department of English Lexicology, Faculty of the English Language
M. Thorez Institute of Foreign Languages, Moscow State Linguistic University

Popova Evgeniya Andreevna
PhD (Philology)
Assistant Professor at the Department of Rare Languages Teaching Methodology
M. Thorez Institute of Foreign Languages, Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию	15.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	12.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 81′33
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_48

Лингвокоммуникативные аспекты информационно-психологической войны в политическом дискурсе

Р. И. Зарипов

Военный университет им. князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации, Москва, Россия
lieutenant-en-chef@ya.ru

Аннотация. В статье освещаются коммуникативные, персуазивные и суггестивные особенности политического дискурса в условиях ведения информационно-психологической войны на примерах вербальных и поликодовых текстов. Применяются описательный, синхронический и функциональный методы, а также методы метафорического моделирования, компонентного, контекстуального и коммуникативно-прагматического анализа.

Ключевые слова: информационно-психологическое воздействие, информационно-психологическая война, информирование, убеждение, манипулирование, дезинформация, поликодовый текст

Для цитирования: Зарипов Р. И. Лингвокоммуникативные аспекты информационно-психологической войы в политическом дискурсе // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 48–54. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_48

Original article

Linguistic and Communicative Aspects of Information-Psychological Warfare in Political Discourse

Ruslan I. Zaripov

Prince Alexander Nevsky Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russia
lieutenant-en-chef@ya.ru

Abstract. The purpose of the article is to clarify communicative, persuasive and suggestive peculiarities of a political discourse in the conditions of an information-psychological warfare on current examples of verbal and multimodal texts. The article applies descriptive, synchronic and functional methods, as well as methods of metaphorical modeling, component, contextual and communicative-pragmatic analysis.

Keywords: information-psychological impact, information-psychological warfare, informing, persuasion, manipulating, misinformation, polycode text

For citation: Zaripov, R. I. Linguistic and Communicative aspects of information-psychological warfare in political discourse. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 48–54. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_48

ВВЕДЕНИЕ

Современное общество является свидетелем галопирующей интенсификации информационно-психологической войны как «противоборства в информационном пространстве с целью достижения информационного, психологического и идеологического превосходства…, подрыва политической и социальной систем, а также массированной психологической обработки личного состава войск и населения» [Война и мир в терминах и определениях, 2011]. В этой войне, которая в первую очередь проявляется в политическом дискурсе, участвует огромное число акторов, распространяющих бесконечное количество информационных сообщений. Их цель – дискредитировать выбранный в качестве мишени объект, оказать информационно-психологическое воздействие на аудиторию и извлечь морально-психологическое преимущество над противником. В таких условиях об объективности СМИ говорить in universum не приходится, но этот факт следует принять как данность и необходимость: если государство и гражданское общество не в состоянии сформировать и обеспечить устойчивость собственной инфосферы, под влиянием которой аудитория будет воспринимать и анализировать происходящие события, то формировать умы и настроения последней будет альтернативная система информационных источников, насаждаемая извне.

Противостояние в информационном пространстве, выражающееся в тотальном использовании враждебными России коммуникаторами не соответствующих действительности фактологических данных, бесконтрольном употреблении эмоционально-экспрессивной и обсценной лексики крайне негативного характера, публичном высказывании субъективно-оценочных суждений с целью дискредитации, обострилось настолько, что можно констатировать открытие отдельного фронта – информационного, не уступающего по своей значимости и масштабам реальным боевым действиям: «Безусловно, мы сейчас наблюдаем информационную войну, я бы сказал, информационный терроризм. Вбрасываются миллионы фейков, мы их постоянно разоблачаем. На сайте МИД есть специальный раздел, где показывается правда исключительно на основе фактов»[1].

Потерпеть поражение для государственного руководства на этом фронте в мирное, как и в военное, время значит подорвать морально-психологическое состояние общества, потерять доверие электората и столкнуться с серьезными внутриполитическими последствиями. На внешнеполитическом уровне это грозит не меньшими издержками: потерей союзников и партнеров, утратой собственных позиций и международной изоляцией.

На основе актуального языкового русскоязычного и иноязычного материала, обобщенного по результатам исследования более 100 информационных сообщений общественно-политической и военно-политической тематики, нами предпринята попытка изучить некоторые особенности политического дискурса с учетом интенсификации информационно-психологической войны. Эта работа перекликается с рассуждениями Л. А. Гаврилова в статье «Политический дискурс в условиях информационно-психологической войны» [Гаврилов, 2018].

Результаты получены на основе применения описательного, синхронического и функционального методов, а также методов метафорического моделирования, компонентного, контекстуального и коммуникативно-прагматического анализа.

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Вполне очевидно, что в глобальном медиаполе информационно-психологическое противоборство ведется преимущественно в его политическом сегменте. Именно политический дискурс как интегративная совокупность текстов политической (общественно-политической, военно-политической) направленности отражает определенную информационную повестку коммуникатора, его идеологические (идейно-политические) и манипулятивные установки и, как следствие, обеспечивает продвижение выгодной ему картины действительности [Зарипов, 2014]. На примере политических текстов «можно увидеть целенаправленный и целеобусловленный характер реализации языковой системы, на которую также влияют такие факторы, как тематика и частные задачи сообщения, знания и способности, квалификация и опыт, взгляды и убеждения, эрудированность и речевые навыки автора текста и, наконец, необходимая для понимания текста рецептивная компетентность адресата, сознательно или бессознательно учитываемые адресатом» [Гаврилов, 2004, с. 134].

В более глубоком смысле в политическом дискурсе реализуется система опосредованного коммуникативного влияния на аудиторию вербальными и невербальными (экстралингвистическими) средствами – информационно-психологическое воздействие. Его цель состоит в конструировании автономной гиперреальности и симулякров. Таким образом, на текстовом уровне речь идет не только

[1] Интервью Министра иностранных дел Российской Федерации С. В. Лаврова телеканалу «Аль-Джазира». Москва, 2 марта 2022 г. URL: https://www.mid.ru/ru/foreign_policy/news/1802485/

о системе языковых знаков, но и других средствах воздействия, невербальных элементах [Баранов, 2013]. Они не ограничиваются фотографиями, рисунками, схемами, таблицами и подразумевают полноценное аудиовизуальное сопровождение языкового компонента, которое в отдельных случаях присутствует на постоянной основе и играет главную роль. Это – поликодовые (и нередко мультимодальные) тексты, которые сегодня находятся на пике эффективности с коммуникативной и манипулятивной точек зрения.

ИНФОРМИРОВАНИЕ, УБЕЖДЕНИЕ, МАНИПУЛИРОВАНИЕ, ДЕЗИНФОРМАЦИЯ

А. А. Леонтьев выделил некоторые виды воздействия на индивидуальное и общественное сознание в процессе коммуникации. В общем виде их можно обозначить как информирование и убеждение [Леонтьев, 2008]. На наш взгляд, при детализированном анализе современного политического дискурса возможно заметить также элементы суггестивного влияния на аудиторию, которые подразумевают манипулирование и дезинформацию. Очевидно, что четкого разграничения между перечисленными аспектами информационно-психологического воздействия не существует, и они задействованы в бесконечном потоке информационных сообщений одновременно и в смешанном виде, проявляясь как на единичном, так и на системном уровне.

Информирование, например, может преследовать не только просветительские цели, но и реализовывать персуазивную функцию. Во многом это касается фактологической информации, которая в сообщении не анализируется и не комментируется. Действительно, «если в тексте сообщения имеются только факты, а собственная оценка коммуникатора не сообщается, то это свидетельствует, прежде всего, об одном: излагаемые факты достаточно красноречивы и очевидны сами по себе, читатель вполне в состоянии их правильно оценить сам. В результате воздействующий эффект подобных сообщений возрастает, причем исключительно за счет референтного элемента. Подобные сообщения лишены субъективных, авторских, наслоений, и поэтому уже оцениваются читателем, как правдивые и объективные» [Иванов, 2012, с. 72]. Например:

> Естественная убыль населения России в 2021 году составила 1,04 млн человек, свидетельствуют данные Росстата. По данным ведомства, в январе-декабре 2021 года в России смертность выросла на 15,1 % и составила 2,445 млн человек (за 2020 год – 2,124 млн человек). Рождаемость за этот же период снизилась на 2,3 % и составила 1,4 млн человек (против 1,43 млн в прошлом году). В 2020 году естественная убыль населения России составила 688,7 тыс. человек (*РИА Новости, 28.01.2022*).

В этом сообщении констатируются только факты, которые во всяком случае необходимо проверять на предмет достоверности. Однако так или иначе в сообщении генерируются смыслы неуспешности демографической политики России, и с точки зрения информационно-психологической войны ей наносится имиджевый урон. Иными словами, несмотря на характеристики информирования, в сообщении присутствуют признаки убеждения за счет убедительности статистики. В целом, с точки зрения коммуниканта любой акт передачи информации, направленный на какой-либо запланированный эффект, может восприниматься как психологическое воздействие [Петровская, Жуков, Растянников, 1990], а в условиях массовой коммуникации – как информационно-психологическое воздействие.

В большинстве случаев массовая аудитория встречает в политическом дискурсе сообщения (тексты), которые открыто или скрытно формируют ее отношение к референту и оценку сообщаемых сведений. Сегодня на первых ролях интерпретативная журналистика: в большинстве случаев реципиент сталкивается с агрессивными информационными материалами, которые предусматривают практически полную интерпретацию освещаемого события под определенным углом, его одностороннюю оценку, ярко выраженную эмоционально-экспрессивную основу и даже языковое насилие. При таком подходе становится возможным оспорить практически любое суждение и исказить смысл любых формулировок вплоть до юридически обязывающих международных документов. Чего только стоит, например, поведение украинской делегации на заседании Трехсторонней контактной группы, которая пыталась дать собственную трактовку слова «консультация», пытаясь избежать прямых переговоров с представителями ДНР и ЛНР.[1]

Убеждение, манипулирование и дезинформация составляют субъективную оценочность политической коммуникации. Она характерна не только для текстов сообщений массмедиа как первичного источника информации, но и для транслируемых в СМИ речевых продуктов индивидуального (коллективного) субъекта, который представляет ту или

[1] ТАСС, 11.02.2022.

иную социальную группу с определенными этическими и политико-идеологическими взглядами: «эффективность аксиологической деятельности коммуникатора часто опирается на авторитет, свой или выдвигаемой им личности, чтобы усыпить способность адресата самому критически оценивать ситуацию» [Гаврилов, 2018]. В этом контексте доверие к источнику информации и политическому (общественному) деятелю нередко заранее обеспечивает успех коммуникации. Комментарии официальных лиц всегда воспринимаются аудиторией с повышенным вниманием и понимаются практически буквально, особенно если они произнесены на камеру или по радио, а не прочитаны в колонке статьи. Заявления политических деятелей в сравнении с продуктами политтехнологов и журналистов оказываются более эффективными с точки зрения структурирования информационной картины мира в сознании реципиента.

Сообщения, содержащие субъективную оценочность, в контексте информационно-психологической войны являются инструментом политической борьбы между ее акторами, которым критически важно продвинуть собственную информационную повестку и интерпретацию событий, навязать противнику и его аудитории свое видение ситуации. Так, например, в прагматических целях создания образа России как агрессора и террориста редакция издания *Libération* поместила на обложку своего очередного номера постановочный кадр с изображением окровавленной женщины с перебинтованной головой в качестве

Рис. 1. Обложка газеты Libération. 11.10.2022

«последствий» удара российских войск по Украине.[1] К моменту выхода газеты в Интернете уже распространились видеофрагменты, раскрывающие откровенную дезинформацию украинских политтехнологов: гражданских лиц гримировали и снимали специально для журналистов ведущих западных СМИ. Это – достаточно обыденный пример ведения в политическом дискурсе информационно-психологического противоборства, стандарты которого для одной из сторон опустились до уровня прямого обмана массовой аудитории.

Изображение на обложке сопровождается языковым и цветовым оформлением, формирующим соответственно лингвистическую и паралингвистическую части сообщения. Реципиент обращает внимание в первую очередь на изображение, получая первичную – визуальную информацию, а с ней – представление о теме и концептуальных установках сообщения. Затем он, руководствуясь принципами просмотрового чтения, «захватывает» взглядом текст, написанный крупным шрифтом, и видит его полностью или отдельные ключевые концепты: *frappes russes*, *Ukraine*, *stratégie*, *terreur*. До мелкошрифтового текста он может и не добраться – его прочитывают в последнюю очередь и далеко не всегда. В этом случае концептуальная установка сообщения «доструктурируется» этой частью текста и формируется в его сознании в задуманном коммуникатором виде. Безусловно, на уровне сознания получаемая информация проходит через внутренние мировоззренческие установки и комплекс ассоциаций, стереотипов и убеждений. Устойчивый манипулятивный эффект достигается субъектом информационно-психологического воздействия при долговременной «обработке» аудитории.

Доказательством эффективности информационно-психологического воздействия в массовой коммуникации и, в частности, политическом дискурсе является искреннее недоумение и непонимание многими людьми на Западе российского видения конфликта на Украине. Так, например, эксперты французского телеканала CNews в марте 2022 года не могли поверить журналистке А.-Л. Боннель, что жители Донбасса обстреливаются украинскими войсками, а не российскими. Примечательно, что спустя несколько дней ее одноименный документальный фильм был заблокирован в YouTube, а газета *Figaro* убрала со своего сайта ее репортаж, посвященный положению мирного населения Донбасса.[2] Так устроены правила ведения информационно-психологической войны: альтернативная точка зрения должна подавляться

[1] Libération, 11.10.2022.
[2] ТАСС, 12.03.2022.

или вовсе изгоняться из медиапространства, иначе общество будет атомизировано и подорвано с морально-психологической точки зрения.

ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОПЕРАЦИИ

Приемы информационно-психологической войны проявляются особенно отчетливо в период ведения боевых действий, когда в политическом дискурсе резко возрастает количество дезинформации, эвфемизмов, дисфемизмов и метафорических образов. С помощью этого «языка войны» конструируются симулякры, а реальные события камуфлируются [Война и мир в терминах и определениях, 2011].

Осуществление мер эффективного информационно-психологического воздействия в рамках отдельного политического сегмента (нарратива) проводится в виде информационно-психологической операции, под которой понимается деятельность, направленная на изменение «взглядов противника, союзника или нейтральных аудиторий, представителей ВС (Вооруженных сил) или гражданских лиц, в выгодную для инициатора такой деятельности сторону» [там же, с. 95]. Мероприятия в рамках такой операции не могут быть результативны без широкого охвата потенциальных адресатов, поэтому массовая коммуникация неотделима от этих процессов. Она обеспечивает всестороннее медийное сопровождение проводимой военно-политической линии и поддерживает общественный интерес к огромному числу несущих различную смысловую нагрузку сообщений.

Проследим языковое оформление «параллельной реальности» западными СМИ на примере информационно-психологической операции в ходе известных событий в Грузии (2008).

На Западе до сих пор замалчивается факт нападения Грузии на Южную Осетию в августе 2008 года, а защита этой республики российскими войсками выдается за агрессию. Вот как французская газета *Le Monde* пишет об этом:

> Après avoir soutenu militairement la sécession de l'Abkhazie (1992) et de l'Ossétie du Sud (2008), la Russie a reconnu unilatéralement leur indépendance en 2008 et y maintient des troupes. Elle menace régulièrement de les rattacher à son territoire (*Le Monde, 10.05.2017*).

Не стоит объяснять, что эта точка зрения в корне не соответствует истине, однако огромное количество людей во Франции и по всему миру в результате такой интерпретации событий считают именно так.

Грузия и ее кураторы захватили инициативу в мировом информационном пространстве еще до открытого начала конфликта: под надуманным предлогом «интенсивного артиллерийского огня» противника по мирным селам и ввода в зону конфликта его танков за несколько часов до военной операции М. Саакашвили призвал к «мирному разрешению»:

> Хочу сказать с полной ответственностью и признать, что несколько часов назад я издал приказ, очень болезненный приказ, как главнокомандующий, чтобы ни одно грузинское соединение, ни одно полицейское и другое соединение, подчиняющееся нашему контролю, не открывало ответный огонь для приостановления очень интенсивного бомбового обстрела. Но я это сделал осознанно, потому, чтобы у меня была бы возможность сказать вам – я предлагаю прекратить огонь, я предлагаю немедленно провести переговоры...[1] (*Civil.ge. 07.08.2008*).

Это заявление закрепило в мировом медиапространстве мирные намерения грузинского руководства. Далее любые действия Грузии логично воспринимались в качестве мер оборонительного характера и сопровождались высокими словами о защите родины и ее будущего:

> Грузия никогда не была инициатором этой конфронтации, но Грузия не уступит своей территории. Грузия не откажется от своего права. Это наша Родина. Мы защищаем нашу страну, мы защищаем нашу родину, мы защищаем Грузию, мы защищаем будущее Грузии (*Civil.ge. 07.08.2008*).

Несмотря на то что Россия практически сразу выступила с опровержениями, время было упущено, и на Западе картина происходящего уже была сформирована. Более того, в связи с отсутствием в тот момент на Западе сколько-нибудь значительных российских СМИ на заявления руководства РФ никто не обратил внимания. Западные источники единогласно проводили точку зрения, согласно которой Россия является виновником конфликта, а Грузия – маленькой страной, которая «хочет быть свободной» (*CNN, 08.08.2008*).

Действия нашей страны были преподнесены как бомбардировка мирных городов, широкомасштабная военная агрессия, классическая международная агрессия, применение варварского оружия (*Civil.ge. 07.08.2008*; *Human Rights Watch, 21.08.2008*).

[1] Зд. и далее перевод наш. – *Р. З.*

Как мы видим, применяемые враждебными России силами языковые маркеры создают иную действительность, в соответствии с которыми появляются семантически гомогенные метафорические модели, например: «Россия – это агрессор» и др. Образы объектов внеязыковой действительности формируются в общественном и индивидуальном сознании так, как они моделируются в информационном пространстве. Такие концептуальные установки в СМИ необходимы западным политическим элитам с целью достижения превосходства над Россией в информационном пространстве и оправдании своих непопулярных внешнеполитических шагов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современных условиях информационно-психологическая война в медиапространстве главным образом разворачивается в политическом дискурсе, который отражает борьбу участников межличностных, общественных, внутригосударственных и международных отношений. В стратегическом масштабе противоборство в информационном пространстве ведется основными геополитическими акторами в интересах сопровождения и реализации собственных цивилизационно-исторических планов по установлению нового, постгуманитарного миропорядка.

Коммуникаторы используют политический дискурс в целях создания, выражения, распространения и внедрения в индивидуальное и массовое сознание определенных мнений, суждений и оценок в отношении избранных мишеней воздействия. Это воздействие реализуется не только с помощью вербальных средств, но и с помощью их аудиовизуального сопровождения, которые дополняют концептуальные смыслы сообщения и нередко выступают его основным элементом. В общем виде информационно-психологическое воздействие, под которым следует понимать систему опосредованного коммуникативного влияния на аудиторию вербальными и невербальными (экстралингвистическими) средствами, проявляется в четырех основных формах: информирования, убеждения, манипулирования и дезинформирования. Наиболее продуктивным с точки зрения коммуникативного, персуазивного и суггестивного эффекта в политическом дискурсе является поликодовый мультимодальный текст, сочетающий в себе как вербальные, так и невербальные средства воздействия на аудиторию.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Война и мир в терминах и определениях. Военно-политический словарь / под общ. ред. Д. О. Рогозина. М.: Вече, 2011.
2. Гаврилов Л. А. Политический дискурс в условиях информационно-психологической войны // Экология языка и коммуникативная практика. № 2. 2018. С. 94–95.
3. Зарипов Р. И. Особенности метафорического манипулятивного воздействия в политическом дискурсе // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. № 2. 2014. С. 145–158.
4. Гаврилов Л. А. Стилистика французского языка: учебное пособие. М.: Военный университет, 2004.
5. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теоретические основания и практика: учебное пособие. 5-е изд. М.: Флинта: Наука, 2013.
6. Леонтьев А. А. Прикладная психолингвистика речевого общения и массовой коммуникации / под ред. А. С. Маркосян, Д. А. Леонтьева, Ю. А. Сорокина. М.: Смысл, 2008.
7. Иванов П. А. Модальности функции воздействия в текстах публицистического стиля (на материале французской прессы): дис. ... канд. филол. наук. М., 2012.
8. Петровская Л. А., Жуков Ю. М., Растянников П. В. Диагностика и развитие компетентности в общении. М.: Издательство Московского университета, 1990.

REFERENCES

1. Rogozin, D.O. (2011). Vojna i mir v terminax i opredeleniyax. Voenno-politicheskij slovar` = War and peace in terms and definitions. Military-political dictionary. Moscow: Veche. (In Russ.)
2. Gavrilov, L. A. (2018). Politicheskii diskurs v usloviyakh informatsionno-psikhologicheskoi voiny = Political discourse in the context of information-psychological warfare. Language Ecology and Communication, 2, 94–95. (In Russ.)

3. Zaripov, R. I. (2014). Manipulation Impact through Metaphors in Political Discourse. Russian Journal of Linguistics, 2, 145–158. (In Russ.)
4. Gavrilov, L. A. (2004). Stilistika frantsuzskogo yazyka = Stylistics of the French language: textbook. Moscow: Military University. (In Russ.)
5. Baranov, A. N. (2013). Lingvisticheskaya ehkspertiza teksta: teoreticheskie osnovaniya i praktika = Linguistic analysis of the text: theoretical foundations and practice. 5th ed. Moscow: FLINTA: Nauka. (In Russ.)
6. Leont'ev, A. A. (2008). Prikladnaya psikholingvistika rechevogo obshcheniya i massovoi kommunikatsii = Applied psycholinguistics of speech communication and mass communication / (eds) A. S. Markosyan, D. A. Leont›eva, Yu. A. Sorokina. Moscow: Smysl. (In Russ).
7. Ivanov, P. A. (2012). Modal'nosti funktsii vozdeistviya v tekstakh publitsisticheskogo stilya (na materiale frantsuzskoi pressy) = Modalities of the influence function in journalistic style texts (on the basis of the French press): PhD in Philology. Moscow. (In Russ.)
8. Petrovskaya, L. A., Zhukov, Y. M., Rastyannikov, P. V. (1990). Diagnostika i razvitie kompetentnosti v obshchenii = Diagnostics and development of competence in communication. Moscow: Moscow University Press. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Зарипов Руслан Ирикович
кандидат филологических наук
докторант Военного университета им. князя Александра Невского
Министерства обороны Российской Федерации

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Zaripov Ruslan Irikovich
PhD (Philology)
Doctoral Candidate, Prince Alexander Nevsky Military University
of the Ministry of Defense of the Russian Federation

Статья поступила в редакцию	20.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	10.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 811.581
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_55

Фразеологизмы в кинодискурсе: формулы приветствия и прощания (на материале китайского языка)

Е. А. Красикова

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
krasikova.liza@mail.ru

Аннотация. Исследование направлено на изучение лингвокреативной функции формул приветствия и прощания на материале китайского кинодискурса. В работе был использован метод дискурсивно-параметрического анализа. В статье представлены результаты исследования микропараметра «фразеология (речевые формулы)». Описываются основные группы речевых формул, встречающихся в китайском комедийном кинодискурсе, а также сопоставляется частотность их употребления.

Ключевые слова: фразеология, лингвокреативность, кинодискурс, параметризация, китайский язык, речевой этикет, формулы приветствия, формулы прощания

Благодарности: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №19-18-00040) в Институте языкознания РАН.

Для цитирования: Красикова Е. А. Фразеологизмы в кинодискурсе: формулы приветствия и прощания (на материале китайского языка) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 55–61. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_55

Original article

Phraseological Units in Cinematic Discourse: Greeting and Parting Formulas (based on Chinese)

Elizaveta A. Krasikova

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
krasikova.liza@mail.ru

Abstract. The research is aimed at studying the linguocreative function of greeting and parting formulas based on the material of Chinese film discourse. The method of discursive-parametric analysis is used as the main one. The article presents the results of a study of the microparameter “phraseology (speech formulas)”. The main groups of speech formulas functioning in the Chinese comedy film discourse are described with the peculiarities of their occurrence discussed and compared.

Keywords: phraseology, linguocreativity, film discourse, parameterization, the Chinese language, speech etiquette, greeting formulas, farewell formulas

Acknowledgements: The research was supported by a grant from the Russian Science Foundation at the Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences (project No. 19-18-00040).

For citation: Krasikova, E. A. (2023). Phraseological Units in Cinematic Discourse: Greeting and Parting Formulas (based on Chinese). Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 55–61. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_55

ВВЕДЕНИЕ

В статье анализируются речевые формулы приветствия и прощания, которые встречаются в китайском комедийном кинодискурсе.

В настоящее время кинодискурс активно изучается на материале разных языков и уже наметились определенные направления в изучении этого нового для лингвистики материала. Исследуется, например, речевой портрет персонажей, реалии и проблемы, которые они могут представлять при переводе текста кинопроизведения с одного языка на другой, анализируется кинометафора и ее роль в общей структуре фильма и т. д.

Например, исследуя лингвокреативный феномен в кинодискурсе, И. В. Зыкова выделяет задачи, в результате которых можно сделать значимые выводы о креативном потенциале языковых средств. К таким задачам автор относит: «изучение вопросов перевода кинофильмов на иностранные языки, выявление разного рода (вербальных и невербальных) механизмов создания в кинопроизведениях комического или юмористического эффекта, анализа воспроизводимости паремий и фразеологизмов в кинодискурсе, рассмотрение специфики функционирования лексики определенной предметной области (например, эмотивной лексики) и особенностей реализации стилистических тропов в кинофильмах разных жанров» [Зыкова, 2021а, с.103].

Кинодискурс представляет собой очень сложный и многомерный мультимодальный объект исследования, поэтому обычно в конкретных работах рассматривается какой-либо один аспект (или небольшая группа аспектов) кинодискурса. Как отмечает И. В. Зыкова, «аналитический обзор современных филологических работ по кинодискурсу показал, что важные выводы о креативном использовании языковых средств можно сделать в том числе в результате рассмотрения специфики функционирования лексики определенной предметной области» [Зыкова, 2021а, с.103]. Поэтому в данной статье мы обратились к изучению той фразеологии, которая реализуется в китайском комедийном кинодискурсе, и более конкретно – к формулам приветствия и прощания, которые используют персонажи. На наш взгляд, современное исследование китайского языка в ракурсе кинодискурса позволит расширить границы понимания китайской культуры, поскольку именно в кинодискурсе наиболее точно воспроизводится живая речь носителя языка, эксплицируется креативный потенциал носителя той или иной культуры.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Мы рассматриваем речевые формулы и клише как часть фразеологии языка, однако такая трактовка этих сверхсловных единиц не является в настоящее время общепринятой.

По мнению Д. О. Добровольского и А. Н. Баранова, классифицируя фразеологизмы при традиционном подходе, принято учитывать их структурно-семантические особенности, что, например, отражается в классификации фразеологизмов В. В. Виноградова.

Однако А. Н. Баранов и Д. О. Добровольский, анализируя связь фразеологизмов с ситуацией общения, выделяют еще одно измерение классификации, которое не учитывалось ранее. Например, речевая формула *старость не радость* «может употребляться как речевой комментарий к каким-то действиям коммуникантов, «нечто вроде ‘оценивая данную ситуацию, говорящий объясняет возникшее у кого-л. трудности тем, что этот человек стар’» [Баранов, Добровольский, 2008, с.79]. Авторы также указывают на ряд идиом, которые выступают в качестве речевых формул. Так, идиома *не гони лошадей* «употребляется только как непосредственная реакция на слишком поспешные действия партнера по коммуникации» [там же], идиома *бог в помощь* «перформативна, выражает речевой акт пожелания и тем самым по определению привязана к конкретной ситуации» [там же].

Таким образом, А. Н. Баранов и Д. О. Добровольский под речевыми формулами понимают «идиомы разных структурных типов (преимущественно законченные высказывания) с фиксированной илллокутивной силой или определяющие иллокутивные характеристики речевого высказывания» [там же].

В статье «Типология речевых формул в британском кинодискурсе (на материале английских детективных сериалов)» Е. М. Люльчева на основе данных, полученных В. В. Стрибижевым (2005), А. Н. Барановым и Д. О. Добровольским (2014) выстраивает собственную классификацию речевых формул, которая включает в себя такие группы, как «фразеологизмы – речевые формулы приветствия, прощания, речевые клише выражения согласия, несогласия, группа речевых клише выражения эмоций и т. д.» [Люльчева, 2017, с.109].

До настоящего времени речевые формулы и клише китайского языка, которые появляются в разных видах дискурса, специальному исследованию не подвергались, что и определяет новизну и актуальность нашей работы.

Ранее исследования такого типа проводились на материале английского языка. Например, в ходе исследования трех британских детективных сериалов «Чисто английские убийства» (*Midsomer Murders*), «Вера» (*Vera*) и «Инспектор Льюис» (*Endeavour*) Е. М. Люльчева выделила 560 контекстов реализации речевых формул и клише приветствия, прощания, согласия, несогласия и т. п. [Люльчева, 2017].

В китайской лингвокультуре речевые формулы занимают особую позицию, поскольку являются неотъемлемой частью речевого этикета, который имеет особую значимость в социальной культуре Китая. Под речевым этикетом мы понимаем: «систему устойчивых формул общения, предписываемых обществом для установления речевого контакта собеседников, поддержания общения в избранной тональности соответственно их социальным ролям и ролевым позициям относительно друг друга, взаимным отношениям в официальной и неофициальной обстановке»[1].

Как отмечается в Лингвистическом энциклопедическом словаре, «Системная организация тематических (и синонимических) рядов-формул речевого этикета проходит на семантическом уровне, например в русском языке: *До свидания*! *Прощайте*! *До встречи*! *Всего доброго*! *Всего хорошего*! *Пока*! *Разрешите попрощаться*! *Позвольте откланяться*! *Честь имею*! *Наше вам*! и т. д. Богатство синонимических рядов единиц речевого этикета обусловлено вступлением в контакт разных по социальным признакам коммуникантов при разных социальных взаимодействиях»[2].

Как показало проведенное нами исследование, речевой этикет в китайском языке характеризуется наличием маркированных единиц, которые формируют фразеологизированную систему формул речевого этикета, и мы предполагаем, что эти единицы могут иметь разную частотность и могут по-разному использоваться в разных видах дискурса в китайском языке. В качестве основного метода исследования мы использовали дискурсивно-параметрический анализ, разработанный И. В. Зыковой [Зыкова, 2021б, с. 9]. В основе данного метода лежит многоступенчатая система параметров (макродискурсивных, микродискурсивных и интердискурсивных). В настоящем исследовании анализ проводился на микродискурсивном уровне, где изучаются морфологические, синтаксические, фразеологические и другие лингвокреативные новации. Данный метод ранее был отдельно применен по отношению к фразеологии на материале кинодискурса в сопоставлении с дискурсом детской литературы [Зыкова, Киосе, 2021].

МАТЕРИАЛ ИССЛЕДОВАНИЯ

Материалом нашего исследования послужили скрипты пяти китайских современных социальных комедий: «洋妞到我家» («К нам приехала няня», 2014), «一家亲» («Сваты», 2018), «婆婆比妈亲» («Свекровь лучше мамы» 2018), «你好，老叔» («Здравствуй, дядя!», 2022), «公鸡母鸡拖拉机» («Петухи, курицы и тракторы», 2015), общий хронометраж которых составил 415 минут.

Как показал анализ языкового материала, для китайского комедийного кинодискурса характерна реализация речевых формул приветствия и прощания. Всего было выявлено 93 контекста их реализации.

Представленные в нашем материале речевые формулы указанных типов распадаются на несколько групп и при их категоризации мы использовали классификацию Е. М. Люльчевой, разработанную для английского кинодискурса. Отметим, что не все выделенные Е. М. Люльчевой группы представлены в нашем материале [Люльчева, 2021].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В группе речевых формул приветствия (общее число контекстов 51) выделяются следующие подгруппы: общие формулы приветствия, «приветствие + идентификация коммуникантов», «приветствие + констатация действия собеседника», а также формулы приветствия, которые, по сути, направлены не только на идентификацию собеседника, но и на начало обсуждения.

В отличие от английского языка, в котором распространены нейтральные приветствия: *Good morning, Good evening, How are you?, How are things?, Welcome to…* – в китайском языке наиболее частотны речевые формулы, в которых говорящий идентифицирует собеседника, при этом маркируя социальную роль, возраст и пол коммуниканта:

- 闺女呀！ Дочка!
- 表姐! Старшая двоюродная сестра! (*по материнской линии*)
- 表妹! Младшая двоюродная сестра! (*по материнской линии*)
- 黎书记! Секретарь Ли!
- 妈! Мама!
- 阿姨! Тетушка! (*по материнской линии*)

[1] Лингвистический энциклопедический словарь. URL: http://tapemark.narod.ru/les/413a.html (дата обращения 01.02.23).
[2] Там же.

- 姑娘! Девушка!
- 大婶! Тётушка! Вы! (*к женщине моложе матери*)
- 康经理！ Директор Кан!

Как видно из вышеперечисленных примеров, приветствия с указанием на социальное положение собеседника характерны как для близких родственников, так и для собеседника, который обладает более высоким социальным статусом, чем говорящий, а также при приветствии незнакомых коммуникантов. Стоит еще раз подчеркнуть, что этот вид формул приветствия, реализующихся в китайском комедийном кинодискурсе, маркирует говорящего по двум коммуникативно важным признакам, определяя его социальный статус и его статус в семье по отношению к собеседнику. Такого рода формулы приветствия в английском кинодискурсе не отмечены. В качестве аналога можно выделить указание на род занятий: *Oh, Inspector Barnaby*!

Группа общих формул приветствия в китайском кинодискурсе не многочисленна. В ходе анализа были выделены единичные случаи узуального употребления таких речевых формул, как:

- 你好! Привет! / Здравствуй!
- 您好! Здравствуйте!
- 好久不见 Давно не виделись!
- 欢迎 Добро пожаловать!

В живой речи носителя языка общие речевые формулы могут реализовываться при помощи редупликации или тройного повтора, что придает речи говорящего эмоционально-возбужденный тон:

- 你好！你好！ 我叫皮皮。 Привет! Привет! Меня зовут Пипи.
- 你好你好你好 Привет! Привет! Привет!
- 欢迎欢迎 Милости просим! Приветствуем!

Помимо этого, были выделены случаи, где общая речевая формула 你好 *Привет*! / *Здравствуй*! употребляется вместе с обращениями, которые направлены на идентификацию статуса собеседника.

- 老舅你好! Дядюшка (*дядя по линии матери*), здравствуй!
- 叔叔好 阿姨好! Дядя, тетушка, здравствуйте!

Интересно отметить, что речевая формула 你好 может усекаться до одного иероглифического знака 好, реализуясь в речи говорящего по схеме «обращение, направленное на идентификацию социального положения говорящего + 好». Данная речевая формула также является типичной для китайской разговорной речи. Например:

- 老师好! Учитель, здравствуйте!
- 爷爷好! Дедушка (*со стороны отца*), здравствуй!

Отдельную группу речевых формул приветствия в китайском языке (в современном китайском кинодискурсе) представляют такие единицы, которые, по сути, направлены на фиксацию того действия, которое совершает собеседник в момент речевого акта приветствия. Например:

- 雅婷 洗衣服呢! Ятин стирает одежду!
- 书记您在这儿呢! Секретарь, Вы здесь!

Подобные приветствия в англоязычном материале не отмечены и, по-видимому, могут считаться специфичными для китайской коммуникативной практики.

Вместе с этим нами была выделена группа речевых формул приветствия, которые служат для констатации того факта, что собеседник «вернулся». Данные речевые формулы подчеркивают радостное эмоциональное состояние коммуникантов при встрече. Данные речевые формулы могут быть реализованы говорящим как для констатации собственного возвращения, так и для констатации возвращения собеседника. Например:

- 孙总 您来啦! Суньцзун, Вы пришли!
- 儿子回来了! Сын вернулся!
- 老书记来了! 来来来! Секретарь вернулся! Заходите, заходите, заходите!
- 妈 我们回来了! Мама, мы вернулись!
- 金巧回来了! Цзиньцяо вернулась!
- 孩子你来了! Сынок, ты вернулся!
- 爸妈我回来了! Мама, папа, я вернулась!

Единичными примерами представлены формулы приветствия, в которых говорящий задает вопрос собеседнику, и этот вопрос имеет своей целью начать коммуникационный акт, начать обмен мнениями или информацией по какой-либо теме. Такая форма приветствия осуществляется при помощи клишированных выражений 咋地 (*диал.*), 怎么了 и 怎么来了:

- 咋地了Как дела (*диал.*)?
- 爸！爸！你怎么来了？ Папа! Папа! Какими судьбами?
- 怎么了？ В чем дело?

Таким образом, формулы приветствия в китайском комедийном кинодискурсе менее разнообразны, чем в английском языке и в большей степени, чем в английском языке, ориентированы на фиксацию особенностей конкретной

коммуникативной ситуации, в которой они реализуются, и на ролевые отношения коммуникантов.

В группе ***речевых формул прощания*** (42 контекста реализации) выделяются такие подгруппы, которые помимо самого прощания содержат указание на следующую встречу, на призыв к действию, на предостережение, на необходимость завершения коммуникации, на благодарность, приказ, извинение, указание на дальнейшие действия, пожелание.

Самыми многочисленными группами в рассмотренном нами языковом материале являются группы «прощание + указание на следующую встречу», «прощание + приглашение», «прощание + призыв к действию», а также «прощание + предостережение».

Группа **«прощание + указание на следующую встречу»** представлена различными формулировками, где в качестве ядерного элемента выступает слово 再见 (*До свидания!*), которое дословно переводится как *увидимся снова*. Примерами реализации данной формулы прощания являются следующие примеры:

- 那我先回去了。再见！Тогда я пойду. До свидания!
- 再见啊! До свидания!

Вышеуказанную группу можно рассматривать в тесной связи с группой **«прощание + приглашение»**. Например:

- 你们一定要参加我的婚礼！ Вы обязательно должны присутствовать на нашей свадьбе!
- 改天我跟韦获专门请你们! На днях мы с Вэйхо обязательно Вас пригласим!

В группу **«прощание + призыв к действию (движению, уходу)»** входят такие речевые формулы, как:

- 走吧! Идем!
- 去吧! Ступай!
- 走啦! Ну, я пошел!

Также был выделен единичный случай, контекст, где реализуются сразу две речевые формулы прощания **«прощание + приглашение»** и **«прощание + призыв к действию (движению, уходу)»**:

- 俺娘邀请你回家吃饭，走吧！Моя мама приглашает тебя к нам на ужин, пойдем!

Прощание, которое сопровождается предостережением, отмечено во всех рассмотренных кинопроизведениях. Интересно отметить, что в китайском языке группа **«прощание + предостережение»** интегрирована с группой **«прощание + пожелание»**:

- 慢点啊! Не торопись! Всего доброго!
- 路上小心点! Будь осторожен в пути! Счастливого пути!
- 你慢点开! Веди аккуратнее!
- 那你慢走! Будь аккуратен в пути! Всего доброго!
- 小心点啊! Будь осторожнее! Береги себя!
- 老同学幸福了! Товарищ (*по школе*), счастливо!

Ядерными элементами данной группы являются иероглифические знаки 慢 *медленный, медленно* и 小心 *маленькое сердце*. Сочетаясь с глаголами движения, например 慢点 + 开 (т. е. *медленно веди машину*), 慢 + 走 (т. е. *медленно иди*) эти сочетания формируют образы, которые передает смыслы, равнозначные доброму пожеланию. Например, 慢 в сочетании с глаголом 吃 *есть* (т. е. *медленно ешь*) переводится на русский язык, как *Приятного аппетита!* Сочетание иероглифов 小心 состоит из двух знаков: 小 *маленький* и 心 *сердце*. Сочетаясь между собой и реализуясь вместе, данные иероглифы метафорически передают значение: *Внимание! Берегись! Будь осторожней!*

Выше были рассмотрены наиболее частые случаи реализации речевых формул прощания. Далее приведены примеры речевых формул, которые были представлены в нашем материале единичными случаями:

Прощание + благодарность

- 谢谢你们来送我再见了！ Спасибо, что пришел навестить меня на прощание.

Прощание + приказ

- 站住 Стой!

Прощание + извинение

- 麻烦您， 再见啊! Извините за беспокойство, до свидания!

Прощание + указание на дальнейшие действия:

- 照顾照顾媳妇！ Позаботься о своей невестке!
- 你再点休息！ Отдохни немного!

Прощание + завершение коммуникации

- 那就不留了！ Не буду задерживать!

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование показывает, что выделенные нами в китайском комедийном кинодискурсе речевые формулы приветствия и прощания отражают особенности реальной современной коммуникации, а также систему отношений в китайской лингвокультуре, для которой характерны соблюдения этикета 礼 (т. е. этикета как основы конфуцианского мировоззрения). Кроме того, изучение речевых формул в китайском кинодискурсе помогает понять природу и характер лингвистической креативности в китайском языке. Фразеология и, в частности, речевые формулы и клише структурируют коммуникацию. Это в полной мере подтверждает идею И. В. Зыковой о том, что речевые формулы выступают в кинодискурсе своего рода креативными модуляторами процесса конструирования многомерной полимодальной образности [Зыкова, 2021в].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Зыкова И. В. Лингвокреативность в кинодискурсе // Лингвокреативность в дискурсах разных типов: Пределы и возможности: коллективная монография. М.: Р. Валент, 2021а. С. 100–189.
2. Баранов А. Н. Аспекты теории фразеологии // А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский; Российская академия наук, Институт русского языка им. В. В. Виноградова. М.: Знак, 2008.
3. Люльчева Е. М. Типология речевых формул в британском кинодискурсе (на материале английских детективных сериалов) // Культура и цивилизация. 2017. Т. 7, № 6А. С. 104–118.
4. Зыкова И. В. Креативный потенциал языка в поле киномедиальности // Наука без границ: Англистика в XXI веке: Материалы Международной научной конференции, Москва, 13–15 октября 2021 года / Отв. редактор Е.Е. Голубкова. Москва: Московский государственный лингвистический университет, 2021. – С. 7-12.
5. Зыкова И. В., Киосе М. И. Креативные возможности фразеологии в контрастивном ракурсе: кинодискурс vs дискурс детской литературы // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2021. Т. 19, № 3. С. 5–19.
6. Зыкова И. В. Фразеология в конструировании кинематографической образности: теоретические и методологические аспекты // Славянская фразеология и паремиология. Национальное и интернациональное. Стабильное и изменчивое: к 70-летию со дня рождения профессора В. И. Коваля: Сборник научных статей. Гомель: Гомельский государственный университет им. Франциска Скорины, 2021в. С. 138–145.

REFERENCES

1. Zykova, I. V. (2021a). Lingvokreativnost' v kinodiskurse. In Lingvokreativnost' v diskursax raznyx tipov: Predely i vozmozhnosti = Linguistic creativity in different types of discourse (pp. 100–189). Moscow: R.Valent. (In Russ.)
2. Baranov, A. N., Dobrovol'skij, D. O. (2008). Aspekty teorii frazeologii = Aspects of the theory of phraseology. Moscow: Znak. (In Russ.)
3. Lyul'cheva, E. M. (2017). Types of speech formulae in the British film discourse (based on the English detective television series). The Journal of Cultural Studies, 7(6A), 104–118. (In Russ.)
4. Zykova, I. V. (2021б). The Creative Potential of Language in the Field of Mass Media. In Nauka bez granic: Anglistika v XXI veke (pp. 7–12): Proceedings of the International scientific conference. Moscow, 13–15 October, 2021. Moscow: Moscow State Linguistic University. (In Russ.)
5. Zykova, I. V., Kiose, M. I. (2021). Creativity of Phraseology in Contrast: Cinematic Discourse vs Discourse of Children's Literature. Vestnik Novosibirsk State University. Series: Linguistics and cross-cultural communication, 19(3), 5–19. (In Russ.)
6. Zykova, I. V. (2021в) Frazeologiya v konstruirovanii kinematograficheskoj obraznosti: teoreticheskie i metodologicheskie aspekty = Phraseology in the construction of cinematic imagery: theoretical and methodological aspects. In Slavyanskaya frazeologiya i paremiologiya. Nacional'noe i internacional'noe. Stabil'noe i izmenchivoe: k 70-letiyu so dnya rozhdeniya professora V. I. Kovalya = Slavic phraseology and paremiology. National and international. Stable and changeable: to the 70th anniversary of the birth of Professor V. I. Koval (pp. 138–145): a collection of scientific articles. Gomel: Gomel State University named after Francis Skaryna. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Красикова Елизавета Александровна
преподаватель кафедры подготовки преподавателей редких языков факультета английского языка
Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Krasikova Elizaveta Alexandrovna
Lecturer, Department of Rare Languages Teaching Methodology
Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию	15.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	17.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 81'23
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_62

Иконичность как изоморфизм между когнитивными и языковыми структурами

Н. А. Лаврова[1], О. А. Суньига Элисальде[2], А. О. Козьмин[3]

[1,3]*Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, Москва, Россия*
[2]*Ибероамериканский университет Пуэбла, Пуэбла, Мексика*
Автономный университет Пуэбла, Пуэбла, Мексика
[1]*n.lavrova@inno.mgimo.ru*
[2]*valoartnouveau@gmail.com*
[3]*a.kozmin@inno.mgimo.ru*

Аннотация. Цель исследования – провести инвентаризацию основных способов кодирования в языке неязыкового содержания с помощью иконических знаков. В работе были использованы холистический подход и методы структурного, семантического, описательного и компонентного анализа. Результаты обнаружили, что, будучи саморегулирующейся системой, язык стремится к сохранению мотивированных языковых знаков, обслуживая такие языковые функции, как мнемоническая, игровая, экспрессивная, эмотивная и оценочная.

Ключевые слова: иконичность, звукоподражание, редупликация, порядок слов, языковые функции

Для цитирования: Лаврова Н. А., Суньига Элисальде О. А. Козьмин А. О. Иконичность как изоморфизм между когнитивными и языковыми структурами // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 62–70. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_62

Original article

Iconicity as Isomorphism between Cognitive and Linguistic Structures

Nataliya A. Lavrova[1], Osvaldo A. Zúñiga Elizalde[2], Alexander O. Kozmin[3]

[1,3]*Moscow State Institute of International Relations (University), Ministry of Foreign Affairs of Russia, Moscow, Russia*
[2]*Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla, Mexico*
Iberoamerican University of Puebla, Puebla, Mexico
[1]*n.lavrova@inno.mgimo.ru*
[2]*valoartnouveau@gmail.com*
[3]*a.kozmin@inno.mgimo.ru*

Abstract. The main aim of the research is to make an inventory of strategies employed by different world languages in order to iconically encode non-non-linguistic content. The research methods include the holistic approach, the descriptive, structural, semantic, and componential analyses. Research results revealed that as a self-regulating system, language tends to retain a number of motivated, iconic items. This strategy is a viable mechanism, which serves such language functions as mnemonic, ludic, expressive, emotive and evaluative.

Keywords: iconicity, sound-imitation, reduplication, word order, language functions

For citation: Lavrova, N. A., Zúñiga Elizalde, O. A., Kozmin, A. O. (2023). Iconicity as Isomorphism between Cognitive and Linguistic Structures. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 62–70. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_62

INTRODUCTION

The present research takes a holistic approach to language, according to which language is seen as a self-regulating open system, which adjusts itself to the communicative needs of interactants [Дружинин, 2021]. The main aim of the research is to make a typological inventory of iconic signs and strategies employed by different languages in order to convey and encode non-linguistic, conceptual meaning. In accordance with this aim, the following research tasks are pursued:

- to give a definition of iconicity and its main subtypes,
- to offer a classification of iconic strategies based on the material of different world languages,
- to highlight those language functions that seem to be served by iconic linguistic items.

Research topicality is rooted in the attempt to demonstrate that language strives to retain motivated signs, despite the general semiotic tendency to separate the form of the sign from the concept it conveys.

Iconicity in language can be defined as ***a partial or relative isomorphism between conceptual*** and ***linguistic structures*** [Langendonck, 2007]. Two types of iconicity are distinguished – ***imitative*** and ***diagrammatic***. Imitative iconicity is conveyed by a linguistic sign that reflects auditorily perceived properties of real-world objects (e.g. onomatopoetic words): Bulg. *бърборя* 'to mumble', *гъргоря* 'to gurgle', *църцоря* 'to spurt', *пърпоря* 'to crackle', Engl. *to wheeze*, *to smash*, *to buzz*, Rom. *a mormăi* 'to roar, to mumble', *a sâsâi*, *a fâsâi* 'to hiss' (of a goose), *a şuiera* 'to hiss' (of a snake). Diagrammatic iconicity is connected with the complexity or simplicity of linguistic signs, which correlates with complexity or simplicity of extralinguistic reality: a simpler (shorter) sign tends to reflect a simpler (more basic, familiar, salient) aspect of the world. For instance, in English linguistic forms for basic emotions, such as *anger, hate, fear, joy, love* tend to be shorter, while non-basic emotions, which are also psychologically more complex, such as *apprehension* and *embarrassment*, tend to have a lengthier morphological form. Note, however, that morphologically simple roots do not necessarily correspond to cognitively basic structures: *sly, coy, deign, feign, pray*, etc. To a certain extent, it depends on words' etymology as well as the typology of the language(s) they are borrowed from.

Originally, iconicity must have served as a ***mnemonic device*** [Langendonck, 2007], since on the one hand, it helped to more quickly recall words and structures for specific phenomena, and on the other hand, to visualise those extralinguistic entities of which words were evocative.

The ***material*** of the research was garnered from scientific, didactic and educational publications on such languages as English, Russian, Bulgarian, Romanian, Welsh, Nahuatl, Indonesian, Old Norse, Basque, and some others. Despite the fact that these languages belong to different families and groups, all of them reveal commonalities across linguistic strategies they use to iconically reflect isomorphism between the linguistic and extralinguistic content.

RESEARCH RESULTS: CLASSIFICATION AND EXAMPLES OF ICONICITY

Juxtaposition of elements between words

According to Z. Kövecses, ***the strength of effect correlates with the closeness of linguistic form*** [Kövecses, 2006]. Compare the two sentences: *I taught Greek to Harry* v.s. *I taught Harry Greek*. In traditional grammars these sentences are regarded as synonymous. However, conceptually the implications of the two propositions are different: if Harry's knowledge of Greek is quite advanced, that it, if he actually learnt Greek as a result of the instruction by the subject of the sentence, then the second sentence should be chosen over the first one. If, conversely, Harry was only slightly affected or completely unaffected by the instruction, the first is the correct alternative. Put another way, because the indirect object 'Harry' in the second sentence is closer to both the 'I' subject and the verb 'to teach' (in the past form), Harry learnt more Greek from the subject. Iconicity is also observed in the following comparable constructions: *He sent a letter to Susan* vs *He sent Susan a letter*. According to C. Broccias, the prepositional sentence is not arbitrary but 'emphasizes the path traversed by the letter with Susan as a goal and is signalled by the motion preposition 'to'. Conversely, the double object construction emphasizes the possessive relation between Susan and the letter by way of their juxtaposition and linear order' [Broccias, 2006, p. 85–86]. In the prepositional sentence, first, the word 'letter' is separated from the word 'Susan' by the preposition 'to' and, second, it precedes the noun 'Susan'. These reflect the speaker's doubt as to whether Susan has received the letter or not. In the other sentence, the words 'Susan' and 'letter' are not separated by a directional preposition, nor does the word 'letter' follow the word 'Susan'. These reflect

the speaker's belief that the letter is likely to have reached the addressee.

Another example of diagrammatic iconicity is in the way complementary and 'part-whole' nouns are used in combination with other words. Complementarity is a logical, discontinuous relation between two or more objects, which arises because one entity can only fulfil its function in concert and in conjunction with another entity. This relation is hierarchically structured: one object is typically more independent than the other – it retains its function without the complement: *a pan and a lid, a cup and a saucer, a door and a key*, etc. This hierarchy is reflected in the order of nouns: first comes the more independent noun, then its functional complement. This type of iconicity is prevalent in Russian. The rule for Russian is that whenever a classical 'part-whole' relation is exhibited by two denotata, they can form a syntactic complex without any preposition: крыша дома, экран компьютера, цвет обоев, etc. In contrast, complementarity necessitates that a preposition that links two entities be used in a surface structure: ключ от двери, пуговица от пиджака, крышка от кастрюли, etc. The iconic effect is manifest in the usage of a preposition, which, on the one hand, mirrors extralinguistic discontinuity between two objects and, on the other hand, serves as a link that brings these objects closer together. The rule, however, seems to primarily work for inflecting, synthetic languages. Since English is an isolating, analytical language, it compensates for its lack of inflections by prepositions. This entails that while a 'part-whole' relation is rendered in a preposition-free way in Russian, English requires the preposition 'of' when two objects are inanimate: *the roof of the house, the colour of the wallpaper*. Alternatively, a noun that refers to a whole can be used attributively – preceding the noun denoting a part: *the computer screen (monitor), the door jamb*, etc. When complementary relations are referred to in English, then other, typically longer, prepositions are employed: *a lid from the/a pan, a key to the door, a button from the shirt, the fence around the house*.

Diagrammatic iconicity may be a pre-condition for the grammatical acceptability of a sentence: there are cases when unacceptable grammatical structures arise as a direct consequence of not being isomorphic to conceptual requirements. Consider the following sentences by G. Lakoff [Lakoff, 1990], in which grammatical acceptability increases as we move down the list:

Suddenly there burst into the room a cop (**).
Suddenly there burst into the room a tall cop (*).
Suddenly there burst into the room a brawny cop (?*).
Suddenly there burst into the room a mean-looking cop (?).
Suddenly there burst into the room a tall, brawny, mean-looking cop (fully acceptable)[1].

What is common to all the constructions is that they all make use of the so-called existential *there*. The function of the construction is to bring into the listener's mental space the entity designated by the noun phrase immediately adjacent to the verb (in this case – *burst*). The verb used in the construction should always be intransitive. The acceptability of the above sentences increases following the increase in the length of the noun phrase: 'a tall cop' is more acceptable than 'a cop' because the former is modified by an attribute; 'a brawny cop' is more acceptable than 'a tall cop' because the modifier 'brawny' is graphemically longer than 'tall'; for the same reason, 'a mean-looking cop' is still more acceptable; finally, 'a tall, brawny, mean-looking cop' is just perfect because it is the longest. The conclusion is that the sheer length of a noun-phrase positively correlates with the acceptability of the whole structure. Now, the question is – what is at play here? G. Lakoff provides an explanation along the following lines: the function of the narrative existential construction is not only to introduce a new narrative element into the discourse but also to show that this element should be rather unexpected under the given circumstances of the narrative. All the elements that follow the word 'there' can be divided into the verb-phrase (*burst into the room*) and the noun-phrase. The verb-phrase counts as the thematic (given, known, retrievable) part of the discursive space. The noun-phrase is the conceptual focus (rheme) of the utterance. Since the theme sets up an appropriate background against which the rheme is to be interpreted, the latter should convey more content than the former. Since a longer phrase is typically more content-rich than a shorter one, it follows that the size of the noun-phrase should be greater than the size of the verb-phrase, and this is exactly what we see in the last sentence.

Word and sentence order

R. Dirven and F. J. R. de Mendoza Ibáñez contend that iconicity is a cognitive principle that reflects metonymic links between parts and wholes. As an example, the authors cite the phrase *a large purple satin coverlet*, in which ***syntactic proximity*** /

[1] G. Lakoff uses a slightly different notation as indication of the degree of constructions' acceptability. However, for current purposes our notation seems to be more clarifying of the distinction.

closeness reflects extralinguistic, conceptual closeness of attributes: 'the conceptual closeness between the linen (*coverlet*) and the material it is made of (*satin*) determines the primacy of the material adjective; color is next in the intrinsic nature of artifacts, and size is the last intrinsic feature and stands at the greatest distance from the noun' [Dirven, de Mendoza Ibáñez, 2010, p. 16]. Interestingly, in languages where attributes follow the noun, their order typically remains the same, which may indicate that the order of attributes reflects a universal iconic cognitive mechanism, cf.:

Engl. *a big red bus*
Welsh *bws coch mawr*[1]
'bus red big'

Engl. *a pretty little white house*
Basque *exte zuri txiki polit bat*
'house white little pretty a'

The general rule is that epithets are farther away from the noun, whereas classifiers are closer. This is because classifiers denote the class of objects to which entities referred to by the noun inherently belong. Both descriptive and attitudinal epithets are more subjective than classifiers, therefore they are further removed from the noun they modify: *fragrant, grating, sharp* (sensory perception), *compelling, enthralling, captivating* (psychological effect), *ugly, repulsive, repellent* (esthetic impression), *kind, benevolent, ruthless* (ethical norms), etc. Consider the following sentence attested by A. Goatly in *Meaning and humour: key topics in semantics and pragmatics* [Goatly, 2012]: 'Horrible old non-aircon Singapore buses'. Here the order of attributes reflects the conceptual closeness (or distance) of the qualities of the entity referred to by the noun 'bus'. 'Singapore' buses covers all the buses produced in Singapore; the speaker signals that what he is going to talk about is 'Singapore buses' – a phrasal compound which nearly conveys a single concept. Although both 'Singapore' and 'non-aircon' are classifiers, 'non-aircon' is a less specific characteristic of Singapore buses, but is still conceptually salient in modern society, where the perceived degree of comfort of a vehicle is dependent on whether it is air-conditioned or not. Therefore, this specification is very important, and so it comes immediately before the phrasal compound 'Singapore buses'. Although, the descriptive epithet 'old' is magnitude-neutral, it is still an epithet, therefore it is placed farther from the noun 'bus'. Finally, the attitudinal epithet 'horrible' comes last (=farthest from the word 'Singapore'), since it expresses the speaker's opinion and evaluation of an entity.

W. V. Langendonck adduces the following example of diagrammatic iconicity: *She liked those three nice little wooden dolls*. From the iconic perspective, the order of adjectives is explained thus: 'the qualifying adjectives appear closer to the noun than the quantifying modifiers. Further, absolute objective qualities like *wooden* and *white* are closest to the noun... Relative objective qualities (size, e.g. *little*) are expressed farther away from the noun, and subjective qualities like *nice* are expressed still farther. Farthest away from the noun is the determiner, since it serves only to pick out the referent. This order appears to be wide-spread cross-linguistically' [Langendonck, 2007, p. 409].

One should be aware of ***iconicity effects*** when presented with a personality description: the traits that are presented first are likely to be regarded as more salient and to influence the overall perception of a personality even if the order is arbitrary. Consider the example by D. Kahneman [Kahneman, 2011]. When subjects were asked to evaluate the personalities of two fictitious characters – Alan and Ben – the former was viewed more favourably than the latter. This struck the researchers as intriguing, given that the only difference between the descriptions was the order of adjectives (!), cf.:

Alan – intelligent, industrious, impulsive, critical, stubborn, envious.
Ben – envious, stubborn, critical, impulsive, industrious, intelligent.

It seems that human cognition is wired to work in such a way that the order of attributes reflects their relative weight, with those coming earlier considered weightier than those coming closer to the end of the list.

It has also been observed that iconic representation of events facilitates the comprehension of relations between them. Consider the simple example from R. Dirven [Dirven, 2005]: *John worked hard. He passed the exam.* vs *John passed the exam, because he had worked hard.* A large-scale experiment confirmed that comprehending the second pair of sentences requires *more* processing time than the first pair.

Tense forms

Iconicity is also captured by the conceptual metaphor ***politeness or social distance is temporal distance***. In

[1] King G. Modern Welsh. A comprehensive grammar. London, New York: Routledge, 2003.

the English sentence 'What was your name, please?' or Bulg. 'Какво беше името ви?' the social distance is reflected in the temporal distance: using the present simple tense form would be too direct and hence encroaching on the recipient's personal space. By iconically reflecting mental distance, the past tense form may also signal disagreement on the part of the speaker or writer quoting another speaker or writer. According to F. Boers and S. Lindstromberg [Boers, Lindstromberg, 2006], the proposition *Smith suggests that*...reflects closer mental proximity and thus more agreement than the past tense in *Smith suggested that*...

Ablaut

Iconicity seems to be at work in ablaut reduplication (*ding-dong, ping-pong, pitter-patter, tic-tac-toe*, *flick-flack*), in which the order of alternating vowels is *i-a-o*. Here isomorphism is observed between the position of the pertinent vowel in the mouth – front, middle or back – and the position of the same vowel in a word: the further in the mouth the vowel is, the further in the word it is placed. Iconicity is probably at work in the vowel alternation in irregular verb forms: *drink–drank–drunk, sing–sang–sung, sting–stung–stung*, etc. The lowest position of the tongue in the mouth corresponds to the resultative event encoded by means of the third form of an irregular verb.

Derivation and inflection

Iconicity is also observed in gender patterning, when a more complex notion is signaled by an additional morphological marker, which differs in gender with respect to the derivational base: *land* (neuter, 'country', Old Norse) – *landi* (masculine, 'countryman', Old Norse); *rag* (neuter, 'shag' in Norwegian) – *ragge* (masculine, 'a sock made of shag', Old Norse). In most languages names of females that denote female persons are derived from masculine nouns, not vice versa:

Bulg.	*зъболекар(ка)* 'a female dentist'
	аптекар(ка) 'a female chemist',
	възпитател(ка) 'a female childminder'
	готвач(ка) 'a female cook'
Rom.	*prieten – prietenă* 'a female friend'
	elev – elevă 'a female schooler'
	verișor – verișoară 'a female cousin'

It remains to be investigated why it is typically the feminine gender that is additionally marked by an extra morpheme rather than the other way round.

The classic iconic sign is the plural form of nouns in world languages. A universal feature, the plural form tends to be longer than the singular form, which reflects the iconicity principle '***the more form there is, there more conceptual content is encoded***', cf.:

Welsh	*colled* 'loss' – *colledion* 'losses'
	llwyddiant 'success' – *llwyddiannau* 'successes'[1]
Bulg.	*вятр* 'wind' – *ветрове* 'winds'
	чичо 'uncle' – чичовци 'uncles'
Engl.	*dog – dogs*
Russ.	*мост – мосты*
Indonesian	*buku* 'book' – *buku-buku*[2] 'books'
	tuan 'master' – *tuan-tuan* 'masters'
Rom.	*stea* 'star' – *stele* 'stars'
	pix 'pen' – *pixuri* 'pens'
	om 'man' – *oameni* 'men, people'

Note that in Welsh apart from the singular/plural opposition, there is also the collective/unit opposition. In the latter system, it is a single item that is morphologically marked, i.e. derived with the help of a special singularity marker. The unmarked form is the collective form, which tends to be shorter: *moch* 'a group of pigs' – *mochyn* 'a pig', *afan* 'raspberries' – *afanen* 'raspberry', *adar* 'birds' – *aderyn* 'a bird'. Superficially, the collective/unit system of forming grammatical number seems to go counter to the universal iconic principle 'the more meaning there is, the more form is used for encoding this meaning'. However, entities that are seen as groups are perceived as undifferentiated mass of objects: trees, plants, animals, insects. A single individual as a derivative of this group can be seen as a marked member of the opposition. Since it literally stands out from the crowd, it receives an additional marker of singularity.

Less typical sounds and graphemes for negatively perceived qualities

Non-typical sounds and characters tend to be used in order to encode unusual or negatively evaluated concepts. This is typical for Basque, in which the rare initial grapheme *m* is found in onomatopoeic words that denote a physical or mental failing: *matzar* 'crooked', 'bent', *matxar* 'deformed', *mazkaro* 'dirty', *moxkor* 'intoxicated', *mixkiri* 'envious', *mukur* 'clumsy', *mutxin* 'mean'.

[1] King G. Modern Welsh. A comprehensive grammar. London, New York: Routledge, 2003.
[2] Reduplication as a separate strategy is treated in detail in a separate section.

Reduplication

One of the prime examples of iconicity is ***reduplication***, which conveys such concepts as 'distribution, plurality, repletion, a customary activity, increase in size, an intensity and continuance' [Sapir, 1921, p. 70]. D. Tuggy provides a detailed analysis of reduplication in Nahuatl – an indigenous language of Mexico of the Uto-Aztecan language stock [Tuggy, 2003]. The basic pattern is reduplicating the first two letters (a consonant and a vowel) of the root, e.g.: *tza-tzahtzi* 'to shout', said of many people, *tō-tolon-tik* 'all round', 'very round'. A variant on this pattern is the addition of the letter 'h' to the first two letters of the root: *neh-neki* 'want', said of many subjects, *noh-nōtza*[1] 'to call someone (usually by phone)', from nōtza 'to reflect, to consider; to conspire against'. In the last case iconicity is observed in an increased complexity of an activity: while reflecting, considering and conspiring may involve only one subject, calling someone involves at least two individuals – an agent and an addressee, e.g.:

> *Ni mitz nonotza tzatepa* 'I'll call you later (by phone)'.
> *Quenin mo nonotzan?* 'What's your name?'
> (lit. 'How do people call you?')

Another pattern is reduplicating the initial root-vowel, by either prolonging or reducing its quality, with the possible addition of 'h': *a-asi* 'to reach smb.', said of a plural subject, *ah-asi* 'to arrive', said of a plural subject, *mōh-mōtla* 'to hurl', a plural subject. Suffix reduplication is more rare in Nahuatl: *kak-tzī* 'an honoured person's sandal' turns into *i kak-tzī-tzi-wā,* meaning 'his/her honourable sandals'. The examples suggest that the stem is typically reduplicated when the idea of a plural subject is expressed by the reduplicated element, while a reduplicated suffix tends to express the idea of a number of participants (except for the subject) involved in a situation. Stem reduplication correlates with a more complex social action which is metonymically derived from an action considered to be central to the social interaction.

On balance, the range of meanings conveyed by reduplication in Nahuatl is rather diverse. The aspectual '**not quite**' meaning[2] is routinely expressed through reduplication. However, this meaning is lexical rather than grammatical, it can tentatively be glossed as 'a state which normally precedes another state but which does not shade into its logical continuation': when the initial part of the verb *kochi* 'to sleep' is reduplicated (*kō-kochi*), the idea of nodding off gets expressed by the latter verb. The *h*-reduplication pattern typically expresses the concept of an ***interrupted repetition*** which recurs at more or less regular intervals. This pattern is iconic in that the letter 'h' interrupts the CVCV alternation just like the voiced airstream is interrupted by it: *o-ki-moh-mōtla-keh ika tetl* contrasts with the derivational stem *okimōmōtlakeh ika tetl* in that the former expresses the idea of intermittent stone-throwing at a human subject, while the latter encodes the same activity as bounded in space and time without specifying the discrete stages of stone-throwing. Another meaning commonly expressed by Nahuatl reduplication is that of ***distributivity***, which relates either to a dynamic process or a static configuration of several similar entities: cf. *koh-koyōni* (derived from *koyōni* 'to be perforated') means 'to be perforated in several places or all over'; *ih-ihtlakowa* means 'break into several places' (from *ihtlakowa* 'to break'). Occasionally, through metaphtonymical extension, the distributive meaning becomes lexicalized as it significantly diverges conceptually from its derivational base, as in *ixkoyan* ('alone'), which serves as the base for *ih-ixkoyan* glossed by D. Tuggy as 'separate, divorced'.

The concept of ***abundance*** may also be expressed by reduplication. This happens when the exact number of entities is not conceptually salient: what the speaker intends to convey is his surprise or marvel at the infusion of a certain locality with specific entities, which may either be expected or not. For instance, in the word *altepe-yoh* 'a place which has water and towns' the idea of plurality is conveyed by the suffix *-yoh*, its reduplicated variant *a-altepe-yoh* is glossed as 'a place with an abundance of water and towns, cities or populations'. Etymologically, the word *altepe-yoh* (a variant of *altepeyotl*) can be deconstructed as follows:

> **a**: atl 'water'
> **tepe**: tepetl 'mountain, mount'
> **yotl**: 'characterised by'

For Nahua cultures, a mountain and fresh water nearby were optimal conditions for the population to grow, therefore the union of these words gives *altepetl* meaning 'town, city, populated place'. Hence, if we compare the two concepts rendered by means of the words *altepe-yoh* and *a-altepe-yoh*, the latter is a more coveted place to live in due to the abundance of water and mountains.

The notion of intensity, in its turn, may metonymically stand for the concept of ***completeness***, ***high quality***, ***perfection***. This natural cause-effect

[1] The linking element 'h' is optional in this word.
[2] This is the designation used by D. Tuggy.

correlation is commented on by D. Tuggy: 'if a woman wipes and wipes a single table at a single time, it is natural to suppose that the table has been completely and intensely wiped. If a process affects only part of a landmark, replications of that process distributed in space over that landmark will tend towards it being affected more completely' [Tuggy, 2003, p. 111]. For example, *iilpia* means 'to tie up, to be tight', while *mo-o-ltpia* (with the reflexive *mo-*) means 'to get all tangled up'; *wetzka* means 'to smile', while *wē-wetzka* means 'to laugh'.

Although it is typically expected that in iconically rendering the idea of size reduplication expresses an *increase* in size, the opposite seems to hold true for Nahuatl, so much so that the meaning of '**a decrease in size**' is the 'overwhelming favourite'. By metonymic extension, the idea of smallness is associated in Nahuatl with three contiguous concepts: that of a ***toy***, ***non-genuineness*** and ***impropriety***. If an object is a toy one, then it is only natural to treat it as not the real thing, and if a thing is not real, then in certain contexts it may well be regarded as improper, as not befitting the occasion. The meaning of the Nahuatl 'doll' can be glossed in English as 'a little baby' (*kō-konētl*), a 'stuffed cat', *mī-mizton*, literally means 'a little cat'. The word *mī-mizton* is formal and is derived from the informal word *mizton* 'kitty'. The latter word is frequently used instead of *mimizton* in modern Nahuatl as its simplified alternative. On the whole, diminutive reduplicates are derived by duplicating the first syllable and substituting the basic ending for the suffix 'to' or 'ton', depending on the Nahuatl dialect. When the rule is applied to animals, children or inanimate objects, the derived reduplicate acquires the physical connotation of 'little in size'. When applied to adults, the derived reduplicate acquires the connotation of despicableness: cf. *totochto* 'little rabbit', *pipilto* 'little kid' vs *tlatlacato* 'despicable man'. The 'not-real' meaning is rendered by *tla-tlahpixki* glossed as 'a scarecrow' and derived from *tlahpixki* 'someone who keeps an eye on something like animals or a field of crops'.

One explanation for why smallness, non-genuineness and impropriety are associated with a longer morphological form is that all the concepts dwelt upon above – toys, artificial 'guards' (scarecrows) and inappropriate behaviour patterns are substandard deviations from the norm or the more prototypical entity, such as a human being. Toys resemble real objects and are made for children to play with; a scarecrow is a proxy guard, physically resembling a human being and taking over his function; rudeness, bad manners and impolite behaviour are deviations from the more standard, acceptable pattern of interaction. It can thus be seen that **an increased conceptual complexity correlates with a more complex word form**. For the range of meanings rendered by Nahuatl reduplication see Table 1[1].

Table 1

THE RANGE OF ICONIC MEANINGS RENDERED BY REDUPLICATION IN NAHUATL

Meaning	Examples
Plurality	*tza-tzahtzi* 'to shout', said of many people
Increased complexity of an activity	*nonōtza* 'to call smn. by phone'
Incompletion	*kō-kochi* 'to nod off'
Interrupted repetition	*o-ki-moh-mōtla-keh ika tetl* 'intermittent stone-throwing'
Distributivity	*koh-koyōni* 'to be perforated in several places or all over'
Abundance	*a-altepe-yoh* 'a place with an abundance of water and towns, cities or populations'.
High degree	*wē-wetzka* 'to laugh'.
Non-genuine, impropriety, toy-like	*mī-mizton* 'a stuffed cat'

Parentese

A prime example of iconicity is constituted by the so-called parentese, language used by adults in interactions with their offspring, which displays such universal features as reduplication (*da-da* 'father', *din-din* 'dinner', *wa-wa* 'water'), sound-imitation (*choo-choo* 'train'), shortening (tush 'buttock') and rhyming (*oopsy-daisy* 'said when tossing a child'). This language is attuned to children's mental capacities: up to a certain age, children reveal predilection for short, onomatopoeic, reduplicated forms. Such forms are arguably good mnemonic devices which enable children to derive satisfaction from playing and experimenting with language and are conducive to better retention of first vocabulary items.

CONCLUSION

Although not all world languages make equal use of iconic signs, the majority opt for several iconic strategies of encoding linguistic connect, among which sound-imitation and graphemic multiplication seem to be universal. This can be explained by such important functions of languages as mnemonic, ludic, emotive, expressive and evaluative. Apparently,

[1] Most of the reduplicates considered here are neutral, with the exception of *kō-konētl* and *tla-tlahpixki*, which are informal, and *kaktzi*, which has an honorific meaning due to the "tzin" ending.

further research is required that would analyze other iconic patterns in world languages and would make a cross-cultural, typological investigation of what are the most common patterns, what patterns tend to be universal or unique to a specific linguistic community.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Дружинин А. С. Язык и реальность: до или после, вместо или вместе? // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2021. № 69. С. 67–93.
2. Langendonck W.V. Iconicity / In Dirk Geeraerts and Hubert Cuyckens, eds., The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics. Oxford: Oxford University Press, 2007. P. 394–420.
3. Kövecses Z. Language, mind and culture. Oxford, New York: Oxford University Press, 2006.
4. Broccias C. Cognitive approaches to grammar / In G. Kristiansen, M. Achard, R. Dirven & F. J. Ruiz de Mendoza Ibáñez (eds.), Cognitive linguistics: current applications and future perspectives – Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 2006. P. 81–115.
5. Lakoff G. Women, fire and dangerous things. What categories reveal about the mind. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1990.
6. Dirven R., de Mendoza Ibáñez F. J. R. Looking back at thirty years of Cognitive Linguistics / In E. Tabakowska, M. Choiński, Ł. Wiraszka (eds.), Cognitive linguistics in action: from theory to application and back. Berlin-New York: De Gruytor Mouton, 2010. P. 13–70.
7. Goatly A. Meaning and Humour: Key Topics in Semantics and Pragmatics. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.
8. Kahneman D. Thinking, fast and slow. London: Penguin Books, 2011.
9. Dirven R. Major strands in Cognitive Linguistics / In F.J. Ruiz de Mendoza Ibáñez, M. Sandra Peña Cervel (eds.), Cognitive linguistics. Internal Dynamics and Interdisciplinary interaction. Berlin, New York: Mouton de Gruyter. 2005. P. 17–68.
10. Boers F., Lindstromberg S. Cognitive linguistic applications in second and foreign language instruction: rationale, proposals, and evaluation / In G. Kristiansen, M. Achard, R. Dirven & F. J. Ruiz de Mendoza Ibáñez (eds.), Cognitive linguistics: current applications and future perspectives. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 2006. P. 305–355.
11. Sapir E. Language. An introduction to the study of speech. New York: Harcourt, Brace, 1921.
12. Tuggy D. H. Reduplication in Nahuatl: iconicities and paradoxes / In Dirven R., Langacker R. W., Taylor J. R. (eds.) Cognitive Linguistics and Non-Indo-European Languages. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 2003. P. 90–133.

REFERENCES

1. Druzhinin, A. S. (2021). Language and Reality: Before or After, In or Instead? Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology, 69, 67–93. (In Russ.)
2. Langendonck, W.V. (2007). Iconicity / In Dirk Geeraerts and Hubert Cuyckens, eds., The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics. Oxford: Oxford University Press. P. 394–420.
3. Kövecses, Z. (2006). Language, mind and culture. Oxford, New York: Oxford University Press.
4. Broccias, C. (2006). Cognitive approaches to grammar / In G. Kristiansen, M. Achard, R. Dirven & F.J. Ruiz de Mendoza Ibáñez (eds.), Cognitive linguistics: current applications and future perspectives. Berlin, New York: Mouton de Gruyter. P. 81–115.
5. Lakoff, G. (1990). Women, fire and dangerous things. What categories reveal about the mind. Chicago and London: The University of Chicago Press.
6. Dirven, R., de Mendoza Ibáñez, F. J. R. (2010). Looking back at thirty years of Cognitive Linguistics / In E. Tabakowska, M. Choiński, Ł. Wiraszka (eds.), Cognitive linguistics in action: from theory to application and back. Berlin-New York: De Gruytor Mouton. P. 13–70.
7. Goatly, A. (2012). Meaning and Humour: Key Topics in Semantics and Pragmatics. Cambridge: Cambridge University Press.
8. Kahneman, D. (2011). Thinking, fast and slow. London: Penguin Books.
9. Dirven, R. (2005). Major strands in Cognitive Linguistics / In F. J. Ruiz de Mendoza Ibáñez, M. Sandra Peña Cervel (eds.), Cognitive linguistics. Internal Dynamics and Interdisciplinary interaction. Berlin, New York: Mouton de Gruyter. P. 17–68.
10. Boers, F., Lindstromberg, S. (2006). Cognitive linguistic applications in second and foreign language instruction: rationale, proposals, and evaluation / In G. Kristiansen, M. Achard, R. Dirven & F. J. Ruiz de Mendoza Ibáñez (eds.), Cognitive linguistics: current applications and future perspectives. Berlin, New York: Mouton de Gruyter. P. 305–355.
11. Sapir, E. (1921). Language. An introduction to the study of speech. New York: Harcourt, Brace.
12. Tuggy, D. H. (2003). Reduplication in Nahuatl: iconicities and paradoxes / In Dirven R., Langacker R. W., Taylor J. R. (eds.) Cognitive Linguistics and Non-Indo-European Languages. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 2003. P. 90–133.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Лаврова Наталия Александровна

доктор филологических наук, доцент
профессор кафедры английского языка № 3
Московского государственного института международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации

Освальдо Алексис Суньига Элисальде

магистр стратегического дизайна и инноваций Ибероамериканского университета Пуэбла
преподаватель языка науатль на факультете философии и филологии Автономного университета Пуэбла
директор художественной галереи «Тлапалькалли» в Сан-Андрес Чолула (Мексика)

Козьмин Александр Олегович

кандидат филологических наук
доцент кафедры английского языка № 3
Московского государственного института международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Lavrova Nataliya Alexandrovna

Doctor of Philology (Dr. habil.), Associate Professor,
Professor at the English Language Department № 3
Moscow State Institute of International Relations (University), Ministry of Foreign Affairs of Russia

Osvaldo Alexis Zúñiga Elizalde

MA in Strategic Design and Innovation
Nahuatl culture and language Lecturer
Faculty of Philosophy and Literature, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP)
Director of the Tlapalcalli House of Arts, Faculty of Art, Design and Architecture,
Iberoamerican University of Puebla

Kozmin Alexander Olegovich

PhD (Philology)
Associate Professor at the English Language Department № 3
Moscow State Institute of International Relations (University), Ministry of Foreign Affairs of Russia

Статья поступила в редакцию	20.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	21.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 81'42:811.11
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_71

Исследование дискурса индустрии красоты в общей дискурсивной парадигме

Е. Ю. Мельникова

Международная академия бизнеса и новых технологий, Ярославль, Россия
vinel81@mail.ru

Аннотация. Автор предпринимает попытку исследования дискурса индустрии красоты в общей дискурсивной парадигме на материале современного английского языка. В статье предлагается точка зрения, согласно которой индустрия красоты обусловливает свою языковую репрезентацию и формирует обширное поле соответствующего дискурса в качестве особой коммуникативной среды с ее специфическими характеристиками и ключевыми параметрами, такими как участники коммуникации, ключевые концепты и ценности, хронотоп, коммуникативные цели, речевые стратегии и жанровая дифференциация.

Ключевые слова: институциональный дискурс, дискурс индустрии красоты, хронотоп, участники коммуникации, ключевые концепты, коммуникативные цели, речевые стратегии, жанровая дифференциация

Для цитирования: Мельникова Е. Ю. Исследование дискурса индустрии красоты в общей дискурсивной парадигме на материале современного английского языка // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 71–78. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_71

Original article

The Study of the Beauty Industry Discourse in the General Discourse Paradigm

Elena Y. Melnikova

International Academy of business and new technologies, Yaroslavl, Russia
vinel81@mai.ru

Abstract. In the present article, the author undertakes the attempt to study the beauty industry discourse in the general discourse paradigm on the basis of the modern English language. The author concludes that the beauty industry determines its linguistic representation and forms an extensive field of the relevant discourse as a special communicative environment with its specific features and key parameters, such as communication participants, key concepts and values, a chronotope , communicative goals, speech strategies and a range of genres.

Keywords: institutional discourse, the beauty industry discourse, chronotop, communication participants, discourse concepts, communicative goals, speech strategies, genre differentiation

For citation: Melnikova, E. Y. (2023). The Study of the Beauty Industry Discourse in the General Discourse Paradigm. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 71–78. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_71

INTRODUCTION

Since ancient times, mankind has been striving to preserve external attractiveness and beauty. The standards of beauty have considerably altered over the centuries, since beauty is one of the most changeable and subjective categories. At the moment, the beauty industry is one of the fast-growing areas of human activity, which is inextricably linked with both scientific and technological progress and social changes. The confirmation of this fact is the emergence of a huge number of high-tech cosmetic products, innovative cosmetic equipment, specialized beauty centers and clinics offering cosmetology and aesthetic medicine services, hair salons and nail studios, as well as glossy magazines, mass media programs, social media, video hosting sites, blogs devoted to the beauty industry. Thus, the beauty industry forms an extensive field of relevant discourse as a special communicative environment with its specific parameters, characteristics and markers. The relevance of this study is ensured by modern trends in the development of cognitive linguistic science, in which the functional and pragmatic research of linguistic phenomena is given special attention, in particular different types of discourses and their diversity. Moreover, in our opinion, there is lack of research in the area of the beauty industry discourse, namely, there is no clear definition of its typological status and specific characteristics of the sphere of functioning.

OVERVIEW OF THE STUDY

The purpose of the current research is to study the beauty industry discourse as a complex linguistic phenomenon in the general discourse paradigm and to identify the key parameters, namely its communicative participants, a chronotope, communicative goals, key concepts and values, speech strategies and genres.

DATA AND METHOD

The following methods were used for the research:

1. Method of discursive analysis, which made it possible to determine the key parameters of the discourse of the beauty industry in modern English, implemented through certain speech strategies and genres;

2. Method of contextual analysis aimed at identifying the linguistic features of messages in the discursive sphere under study within a certain context;

3. Descriptive and comparative methods, with the help of which the results of the practical analysis of the studied language material were presented and analyzed.

The basis of the study is the corpus of 1500 relevant texts obtained by the method of continuous sampling in printed and audio-visual sources, such as advertising brochures of cosmetic products, fashion and beauty magazines, websites of cosmetic companies, video hosting sites and podcasts, websites related to the development of the beauty industry.

THEORETICAL BACKGROUND

At the present stage of science development, the study of discourse is one of the most productive and perspective directions. It should be noted that the discourse definition is characterized by ambiguity and lack of a unified interpretation, since discourse as a complex communicative and cognitive phenomenon, is being researched in social and humanitarian disciplines such as philosophy, sociology, cultural studies, anthropology, political science.

T. A. van Dijk as one of the pioneers of the theory of text, speech acts and discourse analysis defines discourse in two aspects: in a broad sense, as a communicative interaction between the speaker and the listener in a speech or written form, possessing both verbal and non-verbal components, and in a narrow sense, as an oral or written text [Dijk, 2008].

The Russian researcher, V. N. Babayan, defines discourse as speech activity considered as a purposeful social action, a component of human interaction and mechanisms of consciousness (cognitive processes) [Бабаян, 2010].

In modern science, researchers pay great attention to the study of various discourse types, for instance, political discourse (V. Z. Demyankov, V. N. Bazylev, V. A. Maslova), humoristic discourse (V.N. Babayan, L.A. Tyukina, M.A. Kulinich), pedagogical discourse (T. V. Yezhova, N. S. Zubareva, V. I. Karasik), fashion discourse (A. R. Arakelova, F. L. Kositskaya, A. I. Lysova), whereas the beauty industry discourse remains a little-studied phenomenon within the research literature, despite its much more frequent manifestation in social life as opposed to other types of discourse.

In our study we are committed to the sociolinguistic approach suggested by V. I. Karasik, who gives the comprehensive analysis of the existing definitions of the term "discourse" in his work "Language circle: personality, concepts, discourse" and defines it as the text in real communitive situations, that is open to varios interpretations. The scientist distinguishes two types of discourse: personal (personality-oriented), where the speaker acts as a person revealing all the

richness of his inner world, and institutional (status-oriented), the main participants of which are members of certain social institutions and bearers of certain social status (agents) and people who communicate with them (clients) [Карасик, 2004].

RESULTS AND DISCUSSION

THE DEFINITION OF THE BEAUTY INDUSTRY DISCOURSE

After analyzing a large amount of relevant sources, we consider the beauty industry discourse as institutional status-oriented discourse, which exists within the framework of professionally oriented communication, related to the development of cosmetology and aesthetic medicine technologies, the invention and production of cosmetic products or equipment, the provision of cosmetic services, as well as the protection, evaluation, marketing and sale of beauty products and services by means of texts, audio and video materials in mass media, marketing, advertising and social networks [Мельникова, 2022].

It is essential to note that the beauty industry discourse can also have a personalized form, for example, the conversation of close friends about novelties and trends in the art of makeup.

The distinctive characteristic of the beauty industry discourse is its versatility and variability. On the one hand, it can be considered as a key component of the advertising discourse, which aims to promote cosmetic products, procedures and services by influencing potential consumers through various types of advertising texts. On the other hand, the discourse under study can be characterized as an independent one, since it covers a wide sphere of social activity and is implemented in a variety of communicative acts within a given sphere.

Moreover, the beauty industry discourse has a clear thematic focus, key concepts, intensive communicating interactions and language markers.

SPECIFIC FEATURES OF THE BEAUTY INDUSTRY DISCOURSE

The data analysis in the process of the current research allowed to identify intensive neologization and professional terminology as specific features of the beauty industry discourse.

In the present work we consider neologisms as words or word combinations which reflect new socio-cultural phenomena and which are new either in their forms or meanings.

The total number of neologisms found in the discourse under study is more than 500 linguistic units that can be divided into several thematic groups (Diagram 1).

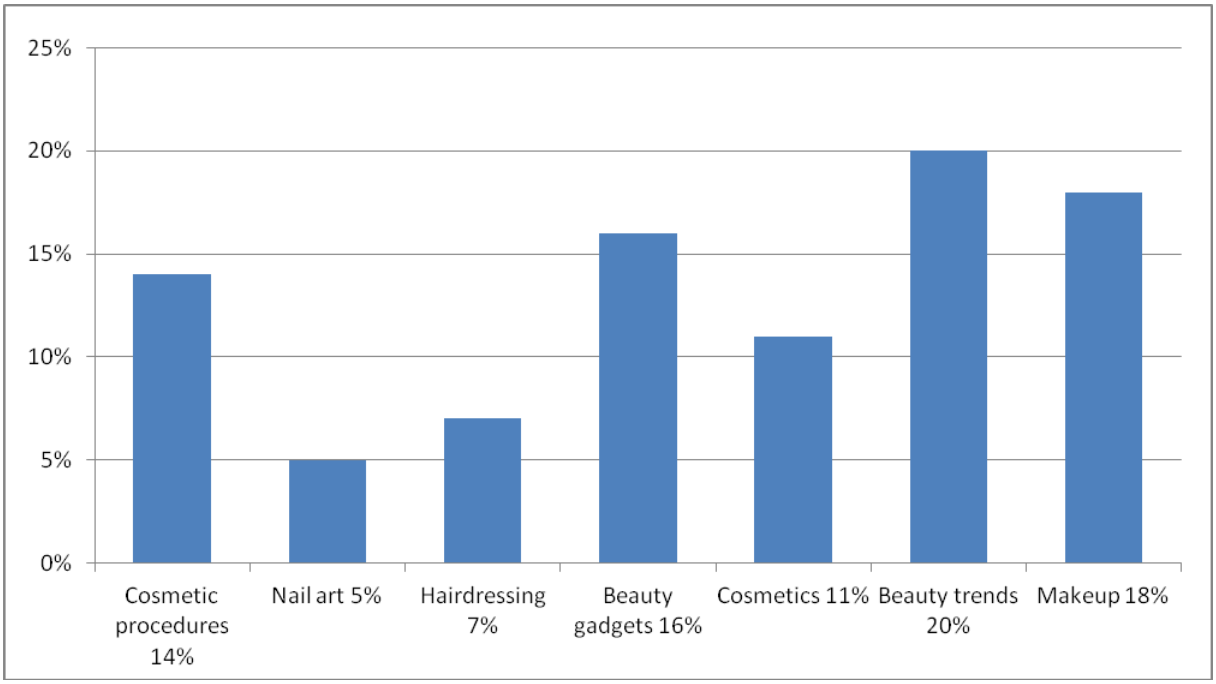


Diagram 1. Thematic groups of neologisms in the beauty industry discourse

The findings of the study showed that the neologisms mostly perform the nominative function as they name new phenomena constantly appearing in the beauty industry due to its progressive development and the impact of technology, COVID-19 and societal issues.

Thus, the three most extensive groups of neologisms are represented by words describing new beauty trends, makeup techniques and cosmetic procedures, that are being automatically fixed in the lexical layer of the beauty industry discourse, for instance, *hyper-personalization* (*Vogue*) – focusing on consumer intimacy in beauty industry to create a personalized, engaging, and immersive consumer experience, *redefined masculinity* (*Allure*) – avoiding gender stereotypes in cosmetics and expanding the range of products and services for men, *waterless beauty* (*Harper's Bazaar*) – cosmetic products formulated without water but with various kinds of butter, waxes and oil-soluble active ingredients), *fermented beauty* (*Forbes*) – the skincare routine with products containing fermented ingredients such as green / black tea, probiotics or fermented mushrooms, *bejeweled beauty* (*Elle*) – make up made with crystal face jewels inspired by the popular TV show "Euphoria", *ethereal skin* (*Marie Claire*) – light, airy, and delicate makeup. The COVID-19 pandemic has greatly influenced the at-home beauty tech sector giving a giant push to the development of global beauty devices market, which in turn led to the emergence of neologisms, for instance, *3D nail printer* (*Vogue*) – a mini portable smart device that can print any pattern on the nails, *3D augmented reality mirror* (*Forbes*) – a digital mirror that allows customers to try out different makeup products online in real-time mode, *skin gym face trainer* (*Cosmpolitan*) – a beauty tool to release tension from the facial muscles and enhance the skin's texture, etc.

The study showed that one of the key features of the beauty industry discourse is its professional language, which generally meets all the requirements applied to professional languages and can be divided in three layers according to Hoffman's classification, namely scientific, professional and consumer's ones [Hoffman, 1985].

The first layer is quite similar to the language used in the field of science and features high concentration of specialized terms, strictly regulated syntax and a significant amount of highly abstract professional vocabulary, for instance:

> The botulinum toxin works by invading nerve cells, where it releases an enzyme that prevents muscle contraction. In recent years, scientists have determined that the enzyme binds to specific sites on proteins called SNAREs, which form a complex in the synapse between nerve and muscle cells (*Stanford University*).

The second layer, characterized by a low degree of abstraction, a large number of terms and a relatively free syntax, is used by specialists in aesthetic medicine, cosmetologists, hairdressers, nail artists, experienced consumers, for instance:

> There are several studies on beauty from within, especially in the last year. It is clear that the gut microbiome influences skin health and look. Probiotics have been associated with acne reduction and improvement in the skin's physical parameters (*Cosmeticsdesign*).

The third layer of the professional language of the discourse under study is marked by terminological units with low-level abstractions and free syntactic structures. It is used in everyday life by ordinary consumers and sellers in the beauty industry, for instance,

> Most people keep their face beautification as a secret but she told about it on Facebook. She made a detailed post about SMAS facelift. She is a beauty influencer and has always believed in Beauty Tech (*Cosmopolitan*).

KEY PARAMETERS OF THE BEAUTY INDUSTRY DISCOURSE

The study of the beauty industry discourse as a communicative phenomenon formed on the basis of institutional relations, where a person acts as a representative of a certain social group, allows to highlight its key parameters, such as its communication participants, a chronotop, key concepts and values, communicative goals, speech strategies and genres.

Participants of the communication environment of the beauty industry discourse can be divided into the following groups (Figure 1).

The first group "Addressers" includes developers of innovative technologies in the field of cosmetology and aesthetic medicine, manufacturers of cosmetology products and equipment, beauty industry specialists, providing relevant services.

The second group of "Addressees" is represented by direct consumers of cosmetic products and services of the beauty industry.

The third group "Intermediaries" consists of "connecting links" between addressers and addressees, such as sellers of cosmetics products

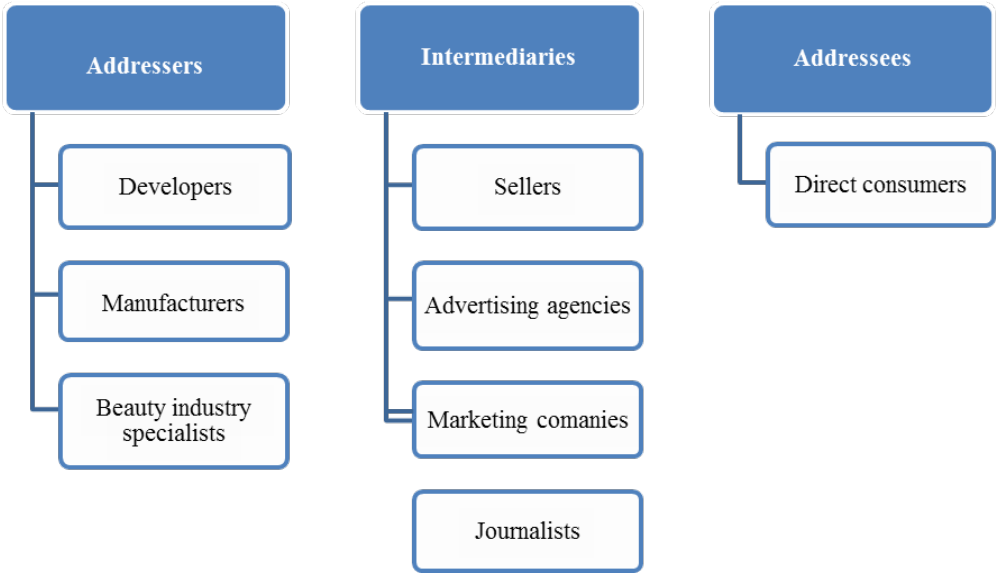


Figure 1. Participants of the beauty industry discourse

and equipment, marketing companies, advertising agencies, journalists, designers, marketers.

It should be taken into consideration that the communicative interaction of the participants of the given discourse can be both actual and remote, virtual, which is implemented by means of certain text types and has at the same time indirect realization in time and space.

The beauty industry discourse also has a specific chronotope which is defined in sociolinguistics as a unity of time and a prototype place where speech acts of the communication participants occur. Thus, the chronotope of the discourse under study can be a beauty parlor, a nail art studio, a perfumery and cosmetics store, websites of cosmetics companies, glossy magazines dedicated to beauty and fashion, promotional brochures of cosmetics brands, informative catalogues of cosmetics equipment, video blogs of make-up artists, etc.

THE COMMUNICATIVE GOALS AND KEY CONCEPTS OF THE BEAUTY INDUSTRY DISCOURSE

The communicative goal is "a strategic result on which the communicative act is directed"[1] [Клюев, 1998, p.11]. We consider the communicative goals as mental anticipations of the communication participants of the desired result of the communicative act, as well as orientation of consciousness on getting the necessary result.

[1] Here and further below the translation is ours. – *E. M.*

The findings of the study showed that the beauty industry discourse has the following communicative goals:

1. The intention of the addresser to prove to the addressee the significance of the main concepts, namely beauty, youth, health as a major source of confidence and happy interpersonal relationships, as well as a proof of success and financial viability:

> Why do we put an age limit on success?
> 30 Celebrity Hairstyle That Will Make You Look Younger. You'll want to bring this to your stylist before your next hair appointment (*Harper's Bazaar*).

> No Shame In Wanting To Look Younger – It Is Natural And You Might As Well Live Longer (*Forbes*).

The examples show that for so long there has been a societal pressure on women to aspire to have a more youthful appearance, claiming beauty to be one-dimensional and superficial. This communicative goal is translated by various informational sources such as fashion and beauty magazines, beauty blogs, social media, makeup, skincare and cosmetics brands, profiting off of having women trying to retain a younger, youthful appearance, thus inspiring a fear of getting older and creating a mindset in women that looking youthful gives worth and meaning.

2. The intention of the addresser to demonstrate to the addressee brand new cosmetic products or services and provide the detailed information about their ingredients, effectiveness and benefits:

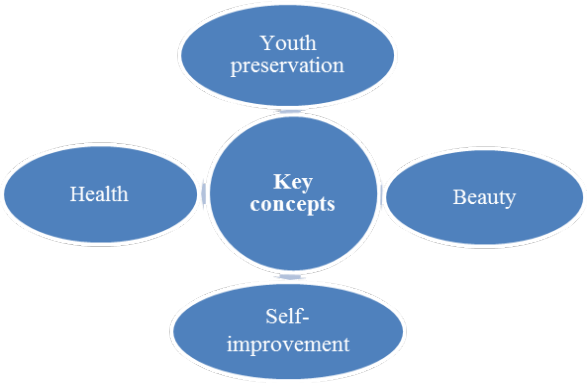


Figure 2. Key concepts of the beauty industry discourse

> Coolsculpting is an FDA-approved treatment used to remove excess stubborn fat. This non-invasive procedure works by freezing fat cells without damaging surrounding tissue (*Glamour*).

> Made with 98% ingredients of natural origin, the Restoring Treatment Oil, instantly soothes skin discomfort (dryness, tightness), nourishes even the most reactive skin, and protects against external aggressors (*Clarins*).

3. The intention of the addresser to make an emotional impact on the addressee with the help of mediators in order to create a sustainable motivation to purchase cosmetic products or services:

> Discover French science-based skincare with FILORGA, your new go-to for high-performance anti-aging skincare (*Filorga*).

> The innovative, non-invasive, quick, and painless radio frequency (RF) body treatments help you achieve the body of your dreams (*Cosmopolitan*).

The existence and development of discourse is impossible without a certain conceptual field. The correlation between discourse and its concepts is mediated by means of such cognitive processes as perception, comprehension and interpretation. V. I. Karasik defines the concept as a unit of linguoculturology, "a multidimensional semantic formation in which value, figurative and conceptual sides stand out" [Карасик, 2002, p. 91].

The key concepts of beauty industry discourse are connected with its key values which are broadcast through communication between participants (Figure 2).

SPEECH STRATEGIES OF THE BEAUTY INDUSTRY DISCOURSE

Speech strategies imply planning the process of communication depending on the specific communicative setting and personal characteristics of communicating entities, as well as implementing the devised plan. In other words, a speech strategy is basically a complex of speech actions aimed at achieving communicative goals [Littlemore, 2003].

The typical speech strategies of the beauty industry discourse are presented by Figure 3.

I. The informative strategy of the beauty industry discourse focuses on providing the addressee with the actual information about new cosmetics products, equipment or services, for instance:

> Mink launches 3-D makeup printer: stream your makeup on-demand. The Mink printer is the world's first 3D makeup printer enabling users to bring their beauty content to life, instantly transforming images into wearable makeup. Designed to be ultra portable and compact, the printer weighs only 2.2 lbs and measures 8'' x 6'' x 4'' (*PR Newswire*).

> A fusion of beauty and technology, Ninu is the latest breakthrough in scents. The rechargeable device launched at CES 2021 and will save you the endless hours of wandering into a perfume shop, wondering which scent to choose (*The Modems*).

II. The instructing strategy is aimed at informing the addressee about the algorithms of the use

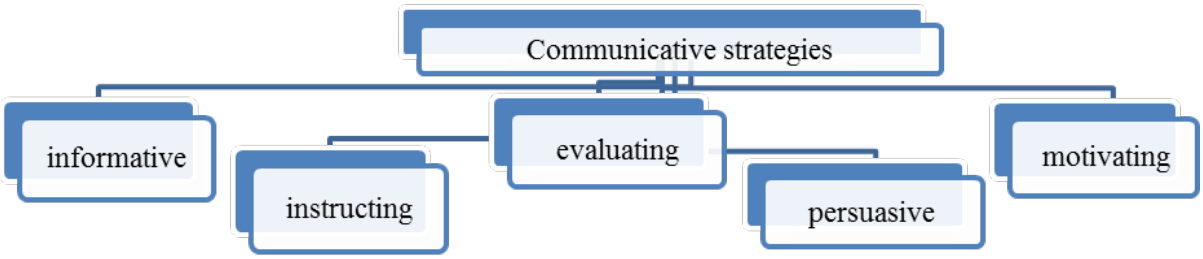


Figure 3. Speech strategies of the beauty industry discourse

of cosmetic products or conducting a specific cosmetic procedure by means of logical, accurate and stereotypical texts that are characterized by the clear structure, division into paragraphs and sub-sections, targeted at facilitating the text perception and highlighting the main information. The prescriptive nature of the texts is implemented primarily through the use of the infinitive which creates a more categorical expression of motivation, for instance, the instruction for the use of the ampule serum:

1. To get the most out of your ampoule, always apply it on clean, dry skin.
2. For a quick way to pamper your skin, mix a few drops of the ampoule into your moisturizer *each morning*.
3. When you're doing your makeup, mix ampoules into your foundation *to get extra glowing skin* (*Kiehl's*).

III. The evaluation strategy is implemented in the process of forming a high positive assessment of the proposed cosmetic product, equipment or service combined with the use justification.

The anti-ageing treatment, ultra-concentrated in NCEF with revitalising ingredients (vitamins, antioxidants, minerals, coenzymes, amino acids) activates new cells for a clinically proven anti-ageing result (the use justification)**:** skin quality is visibly renewed, the complexion is illuminated, wrinkles are smoothed and the skin's firmness is restored (the final result by means of positive evaluation) (*Filorga Laboratories*).

IV. The persuasive strategy is directly connected with the communicative goal aimed at proving the importance of key concepts and values of the beauty industry discourse in modern life and the urge to stay beautiful and attractive:

Get to know 50 everyday habits that can make you look younger and be self-confident (*Glamour*).

V. The motivational strategy creates a positive internal incentive for the consumer to buy a certain cosmetic product or service by means of describing favourable prospects

Clarins Radiance-Plus Golden Glow Booster for Face designed to be mixed with any moisturizer to create a radiant, even, made-to-measure tan. Just 2–3 tanning drops mixed with any face moisturizer, and you're golden! (*Clarins*)

The motivational strategy is also carried out by methods of comparison, for instance comparison of the past and present characteristics

Innovative ingredients ensure that your skin cells start functioning like young ones and helps to postpone their current age transformation (*Lancôme*).

GENRES OF THE BEAUTY INDUSTRY DISCOURSE

According to G.Y. Solganik, the genre as a linguistic notion is a set of more or less stable characteristics of the texts, including images, universally recognized speech forms, sanctioned by society and the usual ways of combining speech units, speech structures, etc. [Солганик, 1991].

We consider the beauty industry discourse as a new discourse hybrid that exists at the intersection with other types of discourse such as medical, educational, scientific, advertising, legal, commercial, Internet discourse, which in turn determines the variety of its genre forms.

Thus, the speech genres of the beauty industry discourse include the protocol of performing cosmetic procedure, instructions for the use of cosmetic products, webinars on make-up techniques, scientific articles about innovations in aesthetic cosmetology, patent for the equipment manufacture, make-up training manuals, advertising brochure, cosmetics reviews by beauty bloggers, etc.

CONCLUSION

The dynamic development of the beauty industry as a reflection of the political, economic and socio-cultural results in creating an extensive field of relevant discourse as a special communicative environment. The distinctive characteristic of the beauty industry discourse is the variability of its typological status.

The conducted study shows that the beauty industry discourse has its specific features, namely intensive neologization and professional terminology that can be divided into scientific, professional and consumer's layers.

The key parameters of the beauty industry discourse identified during the study are as follows:

1. three groups of communication participants: "Addressers", "Addressees" and "Intermediaries;
2. the main concepts: youth and beauty, while the concept of "beauty" is now closely associated with good health and self-improvement;
3. a chronotop: a beauty salon, a barbershop, a cosmetics website, a makeup and beauty blog, etc.;

4. communicative goals, including the intention to prove the significance of the main concepts , as well as to demonstrate brand new products in order to create a sustainable motivation to purchases;
5. speech strategies: informative, instructing, evaluating, persuasive, motivating. ones;
6. genre differentiation: genre varieties of the beauty industry discourse is due to its intersection with other types of institutional discourse.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Dijk T. Discourse and context: A sociocognitive approach. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
2. Бабаян В. Н. Молчащий наблюдатель в диалогическом пространстве терциарной речи // Иностранные языки в высшей школе. 2010. Вып. 4 (15). С. 90–98.
3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: ГНОЗИС, 2004.
4. Мельникова Е. Ю. Особенности процесса неологизации современного англоязычного дискурса индустрии красоты как одного из аспектов рекламного дискурса // Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2022. Вып. 4 (56). С. 85–96.
5. Hoffmann L. Kommunikationsmittel Fachsprache. Tübingen: Narr Verlag, 1985.
6. Клюев Е. В. Речевая коммуникация. М.: Приор, 1998.
7. Littlemore J. The communicative effectiveness of different types of communication strategy // System. 2003. Vol. 31. № 3. P. 331–347.
8. Солганик Г. Я. Синтаксическая стилистика: (Сложное синтаксическое целое). М.: Высшая школа, 1991.

REFERENCES

1. Dijk, T. (2008). Discourse and context: A sociocognitive approach. Cambridge: Cambridge University Press.
2. Babayan, V. N. (2010). A silent bystander in tertiary dialogue. Foreign Languages in Tertiary Education, 4(15), 90–98. (In Russ.)
3. Karasik, V. I. (2004). Yazykovoj krug: lichnost', koncepty, diskurs = Language circle: personality, concepts, discourse. Moscow: GNOZIS. (In Russ.)
4. Melnikova, E. Y. (2022). Features of the neologization process of the beauty industry discourse in modern English as one of the components of the advertising discourse. Modern Linguistic and Methodical-and-didactic Researches, 4(56), 85–96. (In Russ.)
5. Hoffmann, L. (1985). Kommunikationsmittel Fachsprache. Tübingen: Narr Verlag.
6. Klyuev, E. V. (1998). Rechevaya kommunikatsiya = Speech communication. Moscow: PRIOR. (In Russ.)
7. Littlemore, J. (2003). The communicative effectiveness of different types of communication strategy. System, 31(3), 331–347.
8. Solganik, G. Y. (1991). Sintaksicheskaya stilistika (slozhnoe sintaksicheskoe tseloe) = Syntax stylistics (complex syntactic whole). Moscow: Vysshaya shkola. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Мельникова Елена Юрьевна

старший преподаватель кафедры массовых коммуникаций
Международной академии бизнеса и новых технологий

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Melnikova Elena Yuryevna

Senior Lecturer of the Department of Mass Communications
International Academy of business and new technologies

Статья поступила в редакцию	20.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	19.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 811.134.38
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_79

Лингвокультурные особенности диалектной дифференциации (на примере европейского и бразильского вариантов португальского языка)

О. В. Мещеряков[1], Е. К. Иванов[2]

[1, 2]*Военный университет им. князя Александра Невского Министерства обороны РФ, Москва, Россия*
[1]*residencia-mov@mail.ru*
[2]*evgeniyivanov25@internet.ru*

Аннотация. В статье рассматриваются особенности диалектной дифференциации на примере европейского и бразильского вариантов португальского языка. Варианты диалектов не всегда имеют четкое разграничение, а порой могут определяться как субдиалекты. Статья предназначена для преподавателей португальского языка высших учебных заведений, а также для лингвистов-переводчиков, которым она поможет лучше интерпретировать диалекты различных вариантов португальского языка на примере европейского и бразильского.

Ключевые слова: диалектная дифференциация, территориальная дифференциация португальского языка, диалекты европейского и бразильского вариантов португальского языка, индивидуальный подход

Для цитирования: Мещеряков О. В., Иванов Е. К. Лингвокультурные особенности диалектной дифференциации (на примере европейского и бразильского вариантов португальского языка) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 79–85. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_79

Original article

Linguistic and Cultural Features of Dialect Differentiation (on the example of European and Brazilian variants of the Portuguese language)

Oleg V. Meshcheryakov[1], Evgeny K. Ivanov[2]

[1, 2] *Military University named after Prince Alexander Nevsky, Moscow, Russia*
[1]*residencia-mov@mail.ru*
[2]*evgeniyivanov25@internet.ru*

Abstract. The article is devoted to the specific features of dialectal differentiation on the example of European and Brazilian variants of the Portuguese language. The main conclusion is made that the considered variants of dialects do not always have a clear distinction, and sometimes they can be defined as subdialects. The article is designed for teachers of the Portuguese language at higher educational institutions, as well as for linguistic specialists-interpreters of the Portuguese language for a better interpretation of dialects of different variants of the Portuguese language on the example of the European and the Brazilian variants of the language.

Keywords: dialect differentiation, territorial differentiation of the Portuguese language, dialects of European and Brazilian variants of the Portuguese language, individual approach

For citation: Meshcheryakov, O. V., Ivanov, E. K. (2023). Linguistic and Cultural Features of Dialect Differentiation (on the example of European and Brazilian variants of the Portuguese language). Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 79–85. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_79

Não há uma língua portuguesa,
há línguas em português
Jose Saramago[1]

ВВЕДЕНИЕ

Основной причиной возникновения диалектных различий является ослабление связей и относительная изоляция различных группировок языковой общности. Поскольку язык представляет собой явление исторически изменяющееся, в нем постоянно зарождаются различные новации, которые, возникнув в одном месте, затем постепенно распространяются [Касаткин, Бромлей, 2005]. Различные вариации языка принято делить на две группы – одни носят название территориальных диалектов, другие известны как его социальные варианты.

ДИАЛЕКТЫ ЕВРОПЕЙСКОГО ВАРИАНТА ПОРТУГАЛЬСКОГО ЯЗЫКА

В мире насчитывается 11 романских языков: португальский, галисийский, испанский, каталанский, французский, провансальский (окситанский), итальянский, сардинский (сардский), ретороманский, далматинский (исчез в конце XIX в.), румынский и шесть разновидностей романской речи, которые рассматриваются как промежуточные между языком и диалектом: гасконский, франкопровансальский, арумынский, мегленорумынский, истрорумынский и молдавский (диалект румынского, имевший статус государственного языка в Молдавской Республике в составе СССР) [Михеева, 2006]. Португальский, как и испанский язык, является субстратом. Он стал результатом развития народной латыни, которая появилась на Пиренейском полуострове вместе с римлянами в конце III века до н. э. Становление и развитие португальского, как самостоятельного языка Римской империи в V веке н. э. и последовавшее за этим разделение бывших римских владений привело к образованию народных вариантов латыни. Впоследствии из них возникли подгруппы романских языков, развивавшиеся в V–VIII веках в форме многочисленных диалектов. В дальнейшем, начиная с IX века, эти диалекты образовали отдельные конгломераты, которые легли в основу романских языков. Начало формирования галисийско-португальской группы диалектов относят обычно к IX веку. К середине XIV века уже стало можно говорить о существовании португальского языка, отличного от галисийского [Вольф, 2022]. Его образование как национального языка можно датировать XVI веком, тогда же появляются первые грамматики. Еще одно значимое событие – это начало активного распространения португальского на другие континенты, в том числе Бразилию. Португальский язык как основа для формирования национальных вариантов в различных географических ареалах имеет гораздо меньшие традиции описания, чем, например, соседний с ним испанский язык. Сегодня португальский язык является пятым по числу говорящих на нем во всем мире (более 260 млн чел.), первым в Южном полушарии и одним из наиболее используемых в Интернете и социальных сетях. Наблюдается стабильный рост населения португалоязычных стран, особенно в Африке. Это может привести к его увеличению в два раза к концу текущего века, согласно демографическим прогнозам ООН. Португальский язык имеет значимую стратегическую, геополитическую, экономическую и культурную ценность[2].

В современном мире португальский язык является официальным языком в Португалии, Бразилии, Анголе, Мозамбике, Кабо-Верде, Гвинее-Бисау, Сан-Томе и Принсипи, Восточном Тиморе и в специальном административном районе Китайской Народной Республики Аомынь (до 21.12.1999 португальская колония Макао). В процессе изучения богатого наследия советского ученого Г. В. Степанова мы пришли к выводу, что его точка зрения по поводу определения статуса португальского языка Бразилии является современной и в высшей степени верной. Исследователь отмечал, что «методологически ошибочно, а поскольку ситуации складываются в пределах государств, то и политически неверно и бестактно комбинировать иерархические структуры путем сведения в одну стратификационную шкалу по историческим, чисто лингвистическим или иным соображениям территориальные варианты, участвующие в разных ситуациях, и квалифицировать португальский язык Бразилии как диалект языка Португалии» [Степанов, 1976, с. 59]. Бразильский вариант португальского языка является параллельным континентальному языковым образованием, развивающимся на протяжении более 500 лет по собственным законам. Бразильские лингвисты Серафим да Силва Нету, Маттозу Камара, Эванилду Бешара, Силвиу Элиа, Роза Виржиниа Маттус-и-Силва и другие употребляют термин «ко-диалект» и утверждают, что португальский язык в Бразилии выполняет те же функции, что и

[1] Нет одного португальского языка, есть языки на португальском (*Жозе Сарамаго*).

[2] URL: https://brasil.un.org/pt-br/126262-mundo-tera-mais-de-500-milhoes-de-falantes-do-portugues-ate-final-do-seculo-diz-cplp.html, 2021, December 20

пиренейский вариант языка в Португалии, и оба они на равных правах соотносятся с абстрактной языковой системой, называющейся португальский язык [Гуревич, 2012]. Мы придерживаемся мнения, что под термином «диалект» (*греч.* διαλεκτος от *гл.* διαλεγομαι говорить, изъясняться) понимается «разновидность того или иного языка, употребляемая в качестве средства общения лицами, связанными тесной территориальной, социальной или профессиональной общностью» [Лингвистический энциклопедический словарь, 1990, с. 132].

Для сравнительного анализа, а также для лучшего понимания и интерпретации различных выражений и фраз на португальском языке рассмотрим некоторые примеры европейского и бразильского вариантов и их диалекты. В Португалии существует два официальных языка – португальский и мирандский.

Мирандский язык (самоназвание *mirandês* или *língua mirandesa*) в Португалии с 1999 года является также официальным языком, хотя некоторые португальские лингвисты относили его к диалектам. По разным оценкам, им владеют от 7 до 15 тыс. человек в районе его распространения, рядом с городом Миранда-ду-Доуру на северо-востоке Португалии (округ Браганса), на границе с Испанией, которая проходит по реке Доуру. По своему звучанию и по словарному составу (*порт.* mirandês) мирандский язык (или диалект) похож и на испанский, и на португальский, а еще больше – на астурийский и леонский диалекты, на которых до сих пор говорят в соседних испанских провинциях. Примеры: слова из мирандской песни музыкальной группы Galandum Galundaina (квартет из города Миранда-ду-Доуру с песнями на средневековые мотивы).

L Cura stá malo, l Cura stá malo,
Malico an sue cama,
Chiribi chiribaina, malico an sue cama.

Падре стало плохо, падре стало плохо,
Разболелся в постели,
Чириби чирибайна, разболелся в постели[1].

Северные диалекты

Диалекты севера Португалии объединены в несколько групп. Местные жители северной части страны меняют звук [v] на [b] в начале или в середине слова, как испанцы. В диалектах **алту миньоту** и **транжмонтану** (*порт.* alto-minhoto и transmontano) – районы (Alto Minho и Trás-os-Montes) соответственно, близко расположенные к испанской границе, сохранили элементы старопортугальского языка. Эти особенности можно услышать во время общения местных жителей. Они говорят *ты* даже незнакомцам, а для обращения в вежливой форме на *вы* во множественном числе по-прежнему говорят *vós* вместо *vocês*.

Среди северных диалектов выделяется городской диалект Порту, он же портуэнсе (от *порт.* portuense), который расходится дальше по региону страны. Наименование диалекта совпадает с названием жителей города Порту (*порт.* Porto), а именно *портуэнсеш* (*порт.* portuenses). Это обозначение существует наряду с неформальным историческим определением *трипейруш* (*порт.* tripeiros), которое связано с названием одного из самых известных блюд традиционной португальской кухни северной части страны (*порт.* o prato «Tripas à moda do Porto»). Согласно одной из легенд, свое начало это название берет в период великих географических открытий. В XV веке инфант Португалии Энрике Мореплаватель (*порт.* Dom Henrique Navegador) собирал отряд кораблей, чтобы присоединится к походу для взятия Сеуты (небольшого полуэксклава Испании на северном побережье Африки, напротив Гибралтара), в составе военной экспедиции под командованием своего отца – короля Португалии Жуана I в 1415 г. Энрике попросил у жителей Порту провизию. Все мясные продукты, которые были в городе, очищали, солили и грузили на корабли, оставшиеся внутренности (*порт.* tripa – потроха) использовали для собственного употребления. Таким образом появилось прозвище жителей Порту – трипейруш (*порт.* tripeiros).

Диалекты центральной части Португалии

В центральной части Португалии говорят на лиссабонском диалекте – **лижбоета** (*порт.* lisboeta). Он взят за основу литературного португальского языка – *português padrão* (португальская норма). Литературный португальский язык сформировался на основе центральных и южных диалектов. В качестве основы литературного португальского языка указывают лиссабонский диалект или несколько диалектов: эстремадурский (*порт.* estremadura), лиссабонский (*порт.* lisboeta), коимбрский (*порт.* coimbra) диалекты. В истории литературного португальского языка различают: португало-галисийский период (XII – сер. XIV в.), время расцвета поэзии трубадуров; старопортугальский период (сер. XIV – сер. XVI в.), который делится на ранний старый португальский период (сер. XIV – сер. XV в.), от

[1] URL: https://pereulki.com/2018/12/portuguese.html

первых документальных памятников до расцвета исторической прозы, вершиной которой было творчество «отца португальской прозы» Фернана Лопиша, и поздний старый португальский период (сер. XV – сер. XVI в.), характеризующийся появлением первых грамматик, литературных произведений разных жанров; современный период (с сер. XVI в., когда творил классик португальской литературы Луиша де Камоинша). Современный, или классический, период португальского языка связан с именем португальского писателя Луиша де Камоинша, сумевшего синтезировать тенденции по нормализации фонетики, грамматики и лексики в качестве итога творчества предшествующих португальских авторов, обновить язык и стиль португальской литературы с опорой на традиции античной литературы и классиков итальянского Возрождения [Вольф, 1988]. В XX веке диалект лижбоета распространился повсеместно благодаря радио и телевидению. Можем отметить следующие тенденции в речи лиссабонцев:

- добавление [e] в конце слова, если оно заканчивается на *r* – [trabalare] (*порт.* trabalhar);
- в разговорном языке в некоторых словах замена ударной *e* на *a*: [seraʒa] вместо [sereʒa] (*порт.* sereja – вишня), [kwɐʎo] вместо [kweʎo] (*порт.* coelho – кролик);
- произношение слов *grande* (*порт.* большой) как [ganda] вместо [grande] и *muito* (*порт.* очень) как [muita] вместо [muitu].

В Алфаме, одном из самых древних районов Лиссабона, есть свой тайный язык **бадонкали** (*порт.* badoncali de Badamalfi), жаргон района Алфама (*порт.* calão de Alfama), который помнят только долгожители. Особенность этого диалекта заключается в кодировании португальских слов: например, первая буква (или слог) становятся последними, в конец слова добавляют *i* а в начало иногда *bad*. Таким образом слово Алфама (*порт.* Alfama) превращается в Бадамалфи (*порт.* Badamalfi), а [linda] (*порт.* linda – красивая) – в [indali] (*порт.* indali). Название языка – бадонкали (*порт.* badoncali) таким же образом построено из слова *calão*, что означает жаргон. Тайный язык бадонкали местные жители использовали в Алфаме, избегая непрошенных свидетелей в тех случаях, когда о ком-то говорили плохо, грубо шутили, обсуждали преступления, а также этот «секретный» язык использовали во времена политической диктатуры Антониу Салазара и Марсэла Каэтану в Португалии, когда жители страны опасались репрессий со стороны тайной полиции Португалии ПИДЕ (Polícia Internacional e de Defesa do Estado – Международная полиция защиты государства).

В центральном регионе был еще один тайный язык – **миндерикский** (*порт.* minderico), появившийся в XVIII веке, также известный как **пьясану-ду-ниньо** (*порт.* Piação do Ninhou). Первоначально он был социолектом, или тайным языком общения текстильщиков и торговцев в сельском районе Минде, центральной провинции Рибатежу, ныне округ Сантарен.

На сайте Википедия на миндериксом (*порт.* minderico) языке представлено 3 925 статей. Приведем пример из одной из них:

> Pertual, oufecialmente República Pertuesa (an pertués: Portugal i República Portuguesa), queda ne l sudoeste de la Ouropa, an que l sou território queda na zona oucidental de la Península Eibérica[1].

Диалекты районов Алентежу и Алгарве

Алентежанский (*порт.* Alentejano) диалект не отличается от лиссабонского по произношению, но в нем много самобытных фраз. В ГИС «Интернет» доступны алентежано-португальские словари небольшого размера[2] и различного типа глоссарии, например: «300 фраз, которые поймет только алентежанец»[3]. Алентежу является традиционно аграрным регионом, поэтому в словаре много выражений, связанных с земледелием, хлеборобством и простыми реалиями деревенских жителей. В данном регионе по-прежнему говорят [vɔsəmə ˈse] (*порт.* vossemecê) – уважительное обращение на *вы*, вместо которого в центре говорят *сеньор* (*порт.* senhor), произнося как [sə ˈɲor] или [sə ˈɲo].

В Алгарве (*порт.* Algarve), где используется **алгарвийский** диалект, как и в других регионах, есть свой словарь с фразами и выражениями, а также глагольными формами[4]. Как и в регионе Алентежу, значительная часть лексики в регионе Алгарве, используемая населением, связана с природой и земледелием. Особенности алгарвийского диалекта заключается в том, что в Алгарве упрощают слова, проглатывая звуки или целые слоги, говорят *nha* вместо *minha* (*моя*), *lete* вместо *leite* (*молоко*), *chape* вместо *chapéu* (*шапка*, *шляпа*). Как и бразильцы, алгарвийцы больше употребля-

[1] URL: https://mwl.wikipedia.org/wiki/Biquip%C3%A9dia:P%C3%A1igina_percipal html (дата обращения: 22.12.2021).

[2] URL: https: // jardimdeurtigas.blogspot.com/2009/03/dicionario-alentejano-portugues-b.html (дата обращения: 23.12.2021).

[3] URL: https://www.vortexmag.net/300-expressoes-que-so-um-alentejano-entende/html (дата обращения: 25.12.2021).

[4] URL: https://vitormadeira.wordpress.com/2011/09/30/dicionario-algarvio-de-termos-e-dizeres-do-algarve-ja-com-o-nove-acorde-ortugrafique/html

ют герундий: говорят *fazendo* (*делая*) вместо *a fazer*, а еще говорят про себя *a gente* (*порт.* a gente – народ) вместо *nós* (*мы*).

Диалекты Азорских островов и острова Мадейра

В диалектах островных территорий намного больше отличий от канонического португальского, чем в алгарвийском диалекте. Рассматривая **азорский** диалект, обычно имеют в виду **микаэленский** (*порт.* micaelense, dialeto São Miguel) – тот, на котором говорят жители острова Сан-Мигел, самого большого из Азорских островов. В начале своего формирования микаэленский диалект был похож на алгарвийский и алентежанский диалекты из-за происхождения первых поселенцев острова Сан-Мигел, но с течением времени подвергся влиянию французских переселенцев. В XX веке микаэленский диалект также претерпел изменения из-за эмигрантов, вернувшихся из США. В языке появились новые заимствования из «американского» варианта английского языка (американизмы).

Основой **мадейренского** диалекта (*порт.* madeirense) является португальский язык XVI века, времени, когда на остров Мадейра прибыли первые поселенцы из португальских регионов Минью и Алгарве, а потом Мадейра стала важным торговым пунктом, и язык подвергся влиянию испанских, английских и голландских торговцев.

Из представленного нами анализа можно сделать заключение, что в Португалии диалектное разнообразие не столь велико, в отличие от Бразилии; как и в других языках, оно определяется в первую очередь географией страны.

ДИАЛЕКТЫ БРАЗИЛЬСКОГО ВАРИАНТА ПОРТУГАЛЬСКОГО ЯЗЫКА

Если сравнить число диалектов португальского языка Португалии и Бразилии, то перевес будет на стороне Новой Лузитании[1]. Прежде всего, это связано с историей освоения ее территорий португальскими завоевателями с 1500 года и последующим потоком мигрантов из разных стран Европы и не только. Значительное влияние на формирование диалектов, которых в Бразилии выделяют более 10[2], оказали местные языки ***тупи*** и ***гуарани*** и языки африканских рабов.

Рассмотрим некоторые из бразильских диалектов.

Диалект **байану** (*порт.* baiano, baianês) распространен в штатах Баия и Сержипе. Важно отметить, что данный диалект в основном используется в Северо-Восточном регионе, но в то же время оказывает влияние на язык соседних областей, таких как Минас-Жерайс, Гояс и Токантинс, поэтому представляется возможным отнести его к южным диалектам. Но он отличается от них, что обусловило появление термина *южноцентральный* (*порт.* centro-sulista) для обозначения этого диалекта. Среди фонетических черт данной вариации очень характерна редукция *r* на конце слов не только в инфинитивах глаголов, но и в других частях речи и их формах (*dizer – dizê*, *Salvador – Salvadô*)[3]. Некоторые примеры лексем, словосочетаний и фраз из байану: ô *véi: cara, mano* (способ обращения к кому-либо); *se plante*: *algo como se ligue, se toque, preste atenção*[4] (*посмотри*, *обрати внимание*).

Диалект **бразилиенсе** (*порт.* brasiliense, также встречается название *candango*) возник в ходе строительства г. Бразилиа и представляет собой смесь различных диалектов жителей штатов Минас Жерайс, Гойас и северо-запада страны.

Диалект **кайпира** (*порт.* caipira) распространен в штате Сан-Пауло, на востоке и юге штата Мату-Гроссу-ду-Сул, юге штата Минас Жерайс, юге штата Гойас, севере штата Парана и в сельских зонах юга штата Рио-де-Жанейро. Диалект сформирован под влиянием языка коренного населения тупи (*порт.* tupi). *Cá i pira* на языке тупи, означает «лес, растущий вдоль реки». Одной из отличительных черт фонетики является ретрофлексное[5] ***r***, замена ***lh*** [l] на ***i*** [i]: *mulher* [muié] *женщина*, *espalhado* [espaiado] *распространенный*. Также нередко игнорируется категория числа у глаголов. Можно отметить сходство диалекта кайпира с северным произношением Португалии в части замены ***b*** на ***v*** и наоборот: *vassoura* [bassôra e vassora] *метелка, швабра, bilhete* [biête e viête] *билет, vamos* [bamo e vamo] *пойдем, идем*.

Диалект **кариока** (*порт.* carioca), распространен в штате Рио-де-Жанейро. Кариока обладает характеристиками лузитанского португальского языка, использование шипящих ***s*** и использование более открытых гласных. При произношении звука ***s*** отмечается легкая палатализация, что приводит

[1] ***Бразилия*** – такое наименование (*порт.* Nova Lusitânia) было дано португальскими исследователями Duarte Coelho, Oliveira Lima. URL: https://bigenc.ru/c/portugal-skoe-osvoenie-brazilii-0b8ad9 (дата обращения: 12.07.2023).

[2] URL: https://pt.babbel.com.html (дата обращения: 05.01.2022).

[3] URL: https://pt.babbel.com. html

[4] URL: https://www.dicionariopopular.com.html, 2022, January 5

[5] Произношение согласного звука в некоторых языках в таком положении артикуляционных органов, когда язык поднимается к твердому нёбу (в лингвистике). Толковый словарь Ефремовой. Т. Ф. Ефремова. 2000.

к схожести произношения этого звука на более похожее [щ] в русском языке. В разговорном языке Рио-де-Жанейро (в официальном стиле это недопустимо) существует еще один вариант произнесения произношение букв ***s*** и ***z*** – как глухое, горловое [ɦ]: если эти буквы стоят последними в слове или если ***s*** стоит в середине слова. Например: *mesmo* читается как *me*[ɦ]*mo*, в словах *mais* (*больше*), *dez* (*десять*) и в других случаях на конце читается глухое [h]. Еще одной характерной чертой носителей диалекта кариока является употребление местоимения *tu* вместо *você* при обращении к друзьям, родственникам и ровесникам.

Диалект **гаушу** (*порт.* gaucho, guasca) превалирует в штате Рио-Гранде-ду-Сул, части штатов Парана и Санта-Катарина. Сформировался диалект под влиянием испанского, итальянского и немецкого языков, а также местного языка *гуарани* (*порт.* guarani).

Диалект **минейру** (*порт.* mineiro, montanhês) распространен в центре и востоке штата Минас-Жерайс. Это диалект получил свое развитие после спада горнодобывающей промышленности, в результате чего штат оказался изолирован. На юге штата можно наблюдать влияние кайпиры и кариока на данный диалект, а на севере можно встретить отголоски байану штата Сан-Паулу.

Диалект **нордесчину** (*порт.* nordestino – северо-восточный) преобладает в штатах Пернамбуку, Сержипе, Алагоас, Параиба, Рио-Гранде-ду-Норте, в некоторых частях штатов Сеара, Баия, Пиауи, Мараньао. Исходя из количества перечисленных штатов мы можем сделать вывод, что на данном диалекте говорит наибольшее количество людей, поскольку совокупное население этих штатов превышает 53 млн чел.

Диалект **норчиста** (*порт.* nortista) распространен в бассейне реки Амазонки, штатах Акре, Амазонас, Рораима и Амапа, часть штата Пара, за исключением района Каражаса. Как и в других диалектах, в становлении норчиста сыграл не малую роль язык коренного населения индейцев тупи[1].

В штате Пара также можно встретить этот диалект под названием **параэнси** (от *порт.* paraense, штат Пара / Pará). В параэнси отражено влияние северного диалекта Португалии с шипящим звуком ***s*** и использованием местоимения ***tu*** с соответствующей формой глагола.

Диалект **ресифенсе** (*порт.* recifense) присутствует в районе города Ресифе, средних районы лесов штата Пернамбуку. Имеет характеристики диалекта норчиста, палатализация фрикативных происходит перед всеми согласными.

Égua, mano, tu não vais acreditar na quantidade de carapanã que tinha no igarapé. A coisa ficou ralada lá à noite. – Братец, ты не поверишь, сколько было комаров у реки. Ночь непростая была.

Диалект **паулистану** (*порт.* paulistano) – широко используется в СМИ Бразилии, распространен в городе Сан-Паулу, кроме некоторых муниципалитетов, которые говорят на диалекте **кайпиры**. В самой Бразилии бытует мнение, что у жителей Сан-Паулу нет никакого акцента, но сами паулистанцы (*порт.* paulistanos) говорят об обратном. С конца XIX века и до 20-х годов XX века данный штат принял наибольшее число итальянских мигрантов, около миллиона человек. В настоящее время 34 % населения штата Сан-Паулу (порядка 15 млн человек) итальянского происхождения[2].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Из представленного анализа мы можем сделать вывод, что рассмотренные варианты диалектов не всегда имеют четкое разграничение, а порой могут определяться как субдиалекты, так как основные отличия диалектов заключаются в фонетике, каких-либо изменений на уровне грамматики языка нет. Лексическое своеобразие каждого из них обусловлено заимствованиями из языков местных народов, выражениями, привезенными иностранными мигрантами, а также заимствованиями слов из языков сопредельных государств. Лингвистическая вариантология португальского языка занимает особое место в исследованиях романских языков, ареальной лингвистике и социолингвистике, поскольку выдвигает на первый план соотношение разноуровневых языковых факторов, присущих каждому из национальных вариантов – европейскому, бразильскому, а также территориальных вариантов португальского языка стран Африки и Юго-Восточной Азии. На Пиренейском полуострове в отношении определения некоторых территориальных разновидностей португальского языка, не попадающих под критерии термина «национальный вариант», существуют различные точки зрения, так как отсутствует точное понимание, является ли определенная разновидность языка диалектом или территориальным вариантом. Вместе с тем, сравнивая национальные варианты Португалии и Бразилии, можно отметить сохранение элементов португальского XV–XVI веков в диалектах Новой Лузитании, в чем мы согласны с Е. М. Вольф и другими лингвистами, чьи работы посвящены истории романских языков.

[1] URL: https://www.dicionariopopular.com.html

[2] URL: https://pt.babbel.com. html (дата обращения: 09.01.2022).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Касаткин Л. Л., Бромлей С. В. Русская Диалектология. М.: Академия, 2005.
2. Михеева Н. Ф. Межвариантная диалектология испанского языка. М.: Изд-во РУДН, 2006.
3. Вольф Е. М. История португальского языка. М.: ЛЕНАНД, 2022.
4. Степанов Г. В. Типология языковых состояний и ситуаций в странах романской речи. М.: Наука, 1976.
5. Гуревич Д. Л. Отношение к языковой норме и критерии нормализации португальского языка Бразилии // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2012. Вып. 4 (48). С. 149–154.
6. Вольф Е. М. История португальского языка: учебник для институтов и факультетов иностранного языка. М.: Высшая школа, 1988.
7. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. М.: Советская энциклопедия, 1990.

REFERENCES

1. Kasatkin, L. L., Bromley, S. V. (2005). Russkaya Dialektologiya = Russian Dialectology. Moscow: Akademiya. (In Russ.)
2. Mikheyeva, N. F. (2006). Mezhvariantnaya dialektologiya ispanskogo yazyka = Intervariant dialectology of the Spanish language. Moscow: Izdatel'stvo RUDN. (In Russ.)
3. Volf, E. M. (2022). Istoriya portugalskogo yazyka = History of the Portuguese language. Moscow: LENAND. (In Russ.)
4. Stepanov, G. V. (1976). Tipologiya yazykovykh sostoyanii i situatsii v stranakh romanskoi Rechi = A typology of language states and situations in Romance Speaking countries. Moscow: Nauka. (In Russ.)
5. Gurevich, D. L. (2012). Attitude to the language norm and criteria of normalization in Brasilian Portuguese. Uchenye zapiski. Oryol State University. Humanities and social sciences, 4(48), 149–154. (In Russ.)
6. Volf, E. M. (1988). Istoriya portugalskogo yazika = History of Portuguese language: manual for institutes and faculties of foreign language. (In Russ.)
7. Jarceva, V. N. (1990). Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar = Linguistic Encyclopedic Dictionary. Moscow: Sovetskaja jenciklopedija. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Мещеряков Олег Викторович

старший преподаватель кафедры романских языков
Военного университета им. князя Александра Невского Министерства обороны РФ

Иванов Евгений Константинович

заместитель начальника отдела – начальник группы 2 отдела 2 управления Центра (лингвистического МО РФ)
Военного университета им. князя Александра Невского Министерства обороны РФ

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Meshcheryakov Oleg Viktorovich

Senior Lecturer of the Department of Romance Languages
Military University named after Prince Alexander Nevsky

Ivanov Evgeny Konstantinovich

Deputy Chief of the Section – Chief of the Group of the 2nd section of the 2nd Department
of the Linguistic Center of the Ministry of Defense of the Russian Federation
Military University named after Prince Alexander Nevsky

Статья поступила в редакцию	13.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	14.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 811.374.4+81'42
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_86

Особенности паспортизации фразеологических неологизмов в военно-политическом дискурсе

Н. Е. Назарова

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России (Одинцовский филиал), Одинцово, Россия
nadya_nne@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые особенности лексикографической работы переводчика с фразеологическими неологизмами в текстах, порождаемых в целях речевой манипуляции и втягивания риторического оппонента в дискурсивную ловушку. Дается теоретическое обоснование для паспортизации фразеологических неологизмов. Описываемая проблема представляет интерес в рамках исследований в области перевода, анализа текста, дискурс-анализа и приобретает особое значение в условиях обострения международных отношений.

Ключевые слова: фразеологический неологизм, дискурсивная ловушка, паспортизация, лексикографическая работа, переводчик-аналитик, военно-политический дискурс

Для цитирования: *Назарова Н. Е.* Особенности паспортизации фразеологических неологизмов в военно-политическом дискурсе // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 86–93. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_86

Original article

Particularities of the Inventory of Phraseological Neologisms in Military-Political Discourse

Nadezhda E. Nazarova

Moscow State Institute of International Relations (MGIMO) University (Odintsovo), Odintsovo, Russia
nadya_nne@mail.ru

Abstract. The article discusses some particularities of the language specialist's lexicographic work with phraseological neologisms in texts created for the purpose of speech manipulation and drawing the rhetorical opponent into a discursive trap. A theoretical basis for the inventory of phraseological neologisms is also given. The problem is of interest in the framework of researches in the field of translation / interpretation, text analysis, discourse analysis, and political science. The problem acquires particular importance in the context of aggravated international relations.

Keywords: phraseological neologism, discursive trap, lexicographical inventory, lexicographical work, language specialist-analyst, military-political discourse

For citation: Nazarova, N. E. (2023). Particularities of the Inventory of Phraseological Neologisms in Military-Political Discourse. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 86–93. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_86

ВВЕДЕНИЕ

Переводческая деятельность, осуществляемая в сфере информационного обеспечения и информационной безопасности в рамках работы государственных органов или частных компаний, подразумевает своевременное выполнение зрительно-письменного перевода, а при современном темпе распространения информации реагирование на информационные угрозы, формируемые в иноязычных текстах, требует выполнения перевода с оперативностью, близкой к режиму реального времени. Данный вид переводческой деятельности подразумевает выполнение переводчиком некоторых аналитических функций (или же аналитик выполняет задачи, присущие переводчику) по распознаванию, определению и описанию информационной угрозы. Разделение переводческих и аналитических задач между двумя специалистами ведет к увеличению времени, необходимого для реагирования на угрозу и принятия упреждающих управленческих решений, которые могут, к примеру, помочь избежать дискурсивной ловушки[1] [Michaels, 2013]. Можно утверждать, что на наших глазах формируется новая лингвистическая специализация: переводчик-аналитик в сфере информационной безопасности.

К некоторым особенностям работы такого специалиста можно было бы отнести:

а) необходимость (и умение) работать с информацией в текстовом и дискурсивном «мирах» [Кушнерук, 2012];
б) необходимость работать не столько с текстом, сколько с интертекстом и интекстом [Тороп, 1981]. Под интекстом, в таком случае, предлагается, вслед за О. В. Рябухой и А. В. Трошиной, понимать семантически насыщенные интертекстуальные включения, связывающие текст-реципиент с прецедентным текстом и требующие от читателя усилий, направленных на узнавание этих связей [Рябуха, Трошина, 2018];
в) потребность в развитии навыка распознавания имплицитного выражения информационной угрозы в тексте и дискурсе;
г) необходимость глубокого понимания нелингвистической составляющей профессиональной деятельности и опоры на экстралингвистические фоновые знания;
д) потребность постоянного самообучения и обмена опытом со специалистами смежных специальностей.

Эти особенности исполнения профессиональных обязанностей могут мотивировать переводчика-аналитика осуществлять *паспортизацию* сугубо лингвистических явлений для более оперативного выявления и распознавания имплицитной речевой агрессии на дискурсивном уровне, в интертексте, а также для передачи накопленного опыта коллегам и преемникам. Под паспортизацией мы понимаем лексикографическую работу в виде составления и ведения формализованного словаря-справочника или картотеки, включающего такие данные о лексической единице, которые могут помочь не только в ее переводе, но и интерпретации возможного имплицитного значения именно с учетом особенностей деятельности переводчика-аналитика

О НЕОБХОДИМОСТИ ПАСПОРТИЗАЦИИ ЯЗЫКОВЫХ ЕДИНИЦ

Большой интерес с точки зрения паспортизации языковых явлений представляют лексические новообразования: окказионализмы и неологизмы, возникающие в политическом и военно-политическом дискурсах. Потенциально каждое такое новообразование в речи участника дискурса может стать лингвистическим инструментом манипулирования[2] [Доценко, 2000] или втягивания в дискурсивную ловушку. Примечательно, что попытки использовать речевое новообразование в таких целях, например, со стороны СМИ, специальных органов и служб, участвующих в информационном противостоянии, способствует увеличению случаев употребления таких слов и словосочетаний в тексте, интертексте и дискурсе и, следовательно, закреплению речевого новообразования в статусе неологизма.

Хрестоматийным примером речевого новообразования, используемого в военном, политическом и военно-политическом дискурсах в американском варианте английского языка, можно считать субстантивный фразеологизм *boots on the ground*. В качестве примеров употребления данного неологизма можно привести следующие

[1] Вслед за американским исследователем Дж. Майклсом, предлагается понимать под термином «дискурсивная ловушка» политические, военные и военно-политические действия высшего военного и политического руководства, которые оно вынуждено предпринимать, чтобы оправдать ранее использованные в собственных заявлениях единицы языка и соответствовать ожиданиям сторонников, союзников, электората и т. п., возникшим в результате использования тех или иных единиц языка или развития дискурса в целом.

[2] Вслед за Е. Л. Доценко, предлагается под речевой манипуляцией понимать такое прагматическое намерение автора высказывания и такой вид психологического воздействия, выражаемого через речь, «искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями». Дискурсивная ловушка может стать негативным для автора высказывания «побочным продуктом» речевой манипуляции, который будет использоваться оппонентами автора высказывания, даже если сама коммуникативная и прагматическая задача речевой манипуляции успешно выполнена.

высказывания, зафиксированные корпусом английского языка COCA в американском медиапространстве:

> Rockets in the air one day, **boots on the ground** the next. What's ahead in the battle between Israel and Hezbollah?[1] – Сегодня в воздухе реактивные снаряды, а завтра **в бой пойдут солдаты**. Чего ожидать от войны Израиля против Хезболлы?[4]

> "Erdogan ... wants Turkish troops in northern Iraq", said Michael Rubin, a scholar with the American Enterprise Institute and a former Pentagon official. "He clearly wants to be in Mosul. ... He wants Turkish boots on the ground so he can help determine the future of what happens there".[2] – Эрдоган хочет, чтобы турецкие войска вошли на север Ирака – говорит Майкл Рубин – научный сотрудник Американского института предпринимательства (AEI) и бывший служащий Пентагона – Он явно хочет занять Мосул... Он хочет отправить туда турецких солдат, чтобы получить возможность влиять на развитие происходящих там событий.

> It does not warrant our or UN sanctions, nor intervention, nor saturation preemptory round-the-clock bombings by the U. S. air force and clump-clump-clump of **our military boots on the ground** on a messianic mission to install bucolic Jeffersonian democracy on a people who have yet to master the intricacies of installing home flush toilets. [3] – Мессианская задача нести идиллическую джефферсоновскую демократию некоему народу, который еще не до конца освоил тонкости установки домашних туалетов со смывом, не оправдывает ни санкции с нашей стороны или со стороны ООН, ни вмешательство в их дела, ни безапелляционные массированные круглосуточные бомбардировки со стороны ВВС США, ни хруст вражеских костей **под сапогами американских солдат**.

Эти примеры подтверждают как неологический (оборот вошел в английскую речь за пределами жанра и дискурса, в котором он возник), так и фразеологический характер использованного оборота. Он соответствует критериям фразеологизма, выделенным рядом исследователей: воспроизводимости в речи, семантической целостности, общеупотребительности, постоянству компонентного состава и постоянству грамматической формы [Гаврин, 1963]; наличию двух и более ударных компонентов [Вендина, 2001].

Справочно-информационный портал grammarist.com прослеживает историю возникновения данного речевого образования до интервью американского генерала Волни Ф. Уорнера газете «Крисчен Сайнс Монитор» в 1980 году[4] о резонансном провале операции по освобождению заложников в посольстве США в Тегеране в 1979 году[5]. Речевое новообразование *boots on the ground* вошло в американский политический дискурс для обозначения группы волонтеров, выполняющих повседневную, монотонную, однако полезную работу в интересах политических партий, например, во время предвыборных кампаний (обзвон избирателей, расклеивание плакатов и распространения листовок и т. п.). В военно-политическом дискурсе данное словосочетание сохранило исходное значение, заложенное генералом Уорнером – «личный состав в зоне боевых действий или непосредственно участвующий в выполнении той или иной боевой задачи». Именно в таком значении выражение неоднократно использовалось президентом США Бараком Обамой[6]. Данное выражение впоследствии использовалось также оппозиционными Обаме СМИ для вовлечения в дискурсивную ловушку вида «эффект бумеранга»[7], при котором высказывание продуцента впоследствии используется оппонентами для дискредитации или негативизации его образа:

Прецедент для создания дискурсивной ловушки:

> The military plan that has been developed by our Joint Chiefs ... is proportional. It is limited. It **does not involve boots on the ground**. This is not Iraq, and this is not Afghanistan[8]. – Наш комитет начальников штабов разработал сбалансированный план применения вооруженных сил (в Сирии). Этот план содержит ограничения. И он не подразумевает отправку солдат. Это не Ирак и не Афганистан.

---

[1] URL: http://edition.cnn.com/TRANSCRIPTS/0607/19/lol.05.html (дата обращения: 02.01.2023).

[4] Зд. и далее перевод наш. – *Н. Н.*

[2] URL: www.washingtontimes.com/news/2016/oct/19/recep-tayyip-erdogan-blasts-us-led-campaign-agains/ (дата обращения: 02.01.2023).

[3] URL: http://blog.tomroeser.com/ (дата обращения: 02.01.2023).

[4] URL: https://grammarist.com/idiom/boots-on-the-ground/ (дата обращения: 02.01.2023).

[5] URL: www.csmonitor.com/1980/0411/041149.html (дата обращения: 02.01.2023).

[6] URL: www.usatoday.com/story/news/politics/onpolitics/2015/10/30/16-times-obama-said-there-would-no-boots-ground-syria/74869884/ (дата обращения: 03.01.2023).

[7] Дж.Майклс выделяет три основных вида дискурсивных ловушек. Помимо «эффекта бумеранга» это эксплуатация популярных идей (чем больше продуцентов обращаются к некой популярной идее в речи, тем выше риск вовлечения их в конфликт или диспут из-за формулировок этой идеи и вкладываемых в нее смыслов) и маргинализация альтернативных идей (постоянное обращение в речи к одной идее вытесняет из общественного сознания другие идеи)

[8] URL: www.usatoday.com/story/news/politics/onpolitics/2015/10/30 /16-times-obama-said-there-would-no-boots-ground-syria/74869884/ (дата обращения: 24.12.2022).

Примеры вовлечения в дискурсивную ловушку со стороны оппозиции:

> Each time I hear President Obama assure us that there will be "no boots on the ground" in Iraq or Syria, I think of my husband's Army boots, lying in a heap in the corner of the downstairs study... Here's what "**no boots on the ground**" apparently doesn't mean: It doesn't mean that no U.S. troops will be sent to Iraq or Syria.[1] – Каждый раз когда президент Обама говорит, что ноги наших солдат не коснутся земли Ирака или Сирии, мне представляются армейские берцы моего мужа, небрежно брошенные в углу кабинета на первом этаже нашего дома... Знаете, что точно не значат слова «никаких солдат в зоне ведения боевых действий»? Что ни один солдат не отправится в Ирак или Сирию...

> Last week's announcement that the United States would be sending roughly 50 Special Operations Forces to Syria ... after President Barack Obama's repeated promises **not to put American "boots on the ground"** there – commenced a delicate rhetorical minuet for White House spokesman Josh Earnest. Wasn't it the case ... that 50 special operators stationed on Syrian soil were indeed "boots on the ground"? And if so, hadn't Obama broken his promise?[2] – Сделанное на прошлой неделе объявление о том, что США отправят около 50 спецназовцев в Сирию ... после многочисленных обещаний президента Обамы не посылать туда солдат заставило пресс-секретаря Белого дома Джоша Эрнеста закружить в филигранном танце поток риторических заявлений. Но разве 50 спецназовцев в Сирии – это не те самые солдаты, отправленные в зону боевых действий? И если это так, не нарушил ли Обама своих обещаний?

На основе выражения *boots on the ground* в качестве развития дискурсивной ловушки, «подготовленной» для президента оппозиционными СМИ, появилось еще одно речевое новообразование – *no-boots pledge* – получившее значение саркастического описания данного Б. Обамой обещания не отправлять военнослужащих США в Сирию[3,4]. Новообразование *no-boots pledge* не только само стало неологизмом военно-политического дискурса, но и еще раз продемонстрировало становление выражения *no boots on the ground* в качестве неологизма, обладающего свойством речевой продуктивности.

В практической деятельности переводчика-аналитика будут интересовать именно способы его перевода и сохранения преемственности перевода: перевод в системе информационного обеспечения чаще всего выполняется не одним специалистом, а посменно, так как качественный мониторинг информационной обстановки в интересах преодоления информационных угроз может осуществляться только непрерывно и в режиме реального времени, что вряд ли по силам одному человеку независимо от его опыта и мотивации. При этом информационный или отчетный документ, разрабатываемый переводчиками-аналитиками по результатам деятельности в рамках выполнения той или иной задачи, должен быть понятен его руководителю с первого прочтения для обеспечения оперативности принятия решений. Это подразумевает, в частности, что перевод одних и тех же лексических единиц, обозначающих реалии, отличные от реалий, знакомых руководителю, и поэтому вызывающих наибольшие затруднения при восприятии, должен обеспечивать преемственность, сохраняясь неизменным независимо от того, какой сменой переводчиков-аналитиков он выполняется. Именно это условие подтверждает необходимость паспортизации лингвистических явлений со свободным доступом к получающимся справочниками и картотекам разных смен переводчиков-аналитиков.

В отсутствии однозначных единственно верных подходов или шаблонов для паспортизации речевых новообразований представляется возможным использовать ряд базовых элементов для создания полноценного формализованного «паспорта» неологизма, который может быть использован в справочнике или картотеке переводчика-аналитика.

ВОЗМОЖНАЯ СТРУКТУРА ПАСПОРТА ЛЕКСИЧЕСКОГО НОВООБРАЗОВАНИЯ

Для полноты сведений о вновь возникшей единице языка представляется возможным включить в такой паспорт следующие пункты:

1) синтаксическая структура паспортизируемого выражения. Данные сведения могут быть представлены в табличной форме, в которой одна ячейка будет соответствовать «центральному» слову в структуре неологизма: глаголу, существительному, прилагательному, наречию. Отдельная ячейка может быть отведена для неделимых идиоматических выражений;

[1] URL: www.rosabrooks.com/articles?ff361b61_page=5 (дата обращения: 25.12.2022).

[2] URL: www.theatlantic.com/international/archive/2015/11/cliche-boots-on-the-ground-syria-iraq/414097/ (дата обращения: 27.12.2022).

[3] URL: https://nypost.com/2015/12/03/no-boots-pledge-for-syria-meant-no-massive-invasion-obama/ (дата обращения: 04.01.2023).

[4] URL: www.nydailynews.com/opinion/s-e-cupp-obama-hollow-no-boots-pledge-article-1.1959177 (дата обращения: 02.01.2023).

2) фрагмент исходного текста (цитата) со ссылкой на источник. Такой фрагмент может быть взят из текста, в котором языковое новообразование появилось впервые или в котором оно было употреблено в новом значении, или который задает новые параметры интертекстуальности. Реализация этого пункта ограничена поисковыми возможностями исследователя. Если определение первоисточника не представляется возможным, допустимо использовать наиболее ранние упоминания неологизма, найденные в корпусе соответствующего языка;
3) значение единицы языка. Этот пункт может быть отражен как только на языке перевода (русском), так и на исходном языке, в особенности, если для наиболее точной передачи значения единицы языка в языке перевода не хватает средств. В идеальном представлении этот пункт может быть дополнен изображениями наподобие широко известного фразеологического словаря «Русские и английские фразеологизмы в картинках» М. И. Дубровина с иллюстрациями В. И. Тильмана [Дубровин, 1987];
4) ранее встречавшиеся варианты перевода на русский язык со ссылками на источник;
5) предлагаемый авторский вариант перевода или перевод, принятый в том или ином ведомстве, организации-заказчике лингвоаналитических исследований вариант перевода данной единицы языка.
6) варианты использования единицы языка, которые могут быть расценены как целенаправленная реализация одной из тактик имплицитного речевого воздействия: иронизации, речевой агрессии и т. п;
7) комментарий по поводу использованной переводческой трансформации. Данный раздел может представлять сугубо лингвистический исследовательский интерес или же помогать переводчику наиболее удачным образом «вписывать» единицу языка перевода в разрабатываемый им информационный или отчетный документ;
8) возможные связи исследуемого выражения с другими выражениями, в том числе деревации.

Пункты 4 и 5 представляют большую эмпирическую ценность для переводчика-аналитика, создавая основу для преемственности перевода единицы языка между сменами, различными отделами (подразделениями) одного ведомства и обеспечивая лучшее понимание случаев употребления исследуемой единицы языка руководителем – лицом, принимающим решение и заказчиком перевода.

Добавление некоторых количественных характеристик может быть удобным для паспортизации лексических явлений. К количественным элементам может относиться число слов в речевом новообразовании (считая или не считая служебные части речи). Более сложные для подсчета данные могут быть полезны для аналитического, а нелингвистического аспекта работы: определения релевантности и важности сообщения, содержащего данную единицу языка; количество случаев или частота употребления единицы языка в потоке сообщений на одну тему или в одном тексте; количество вариантов разных моделей употребления единицы языка, т. е. фактически для проведения фрагментарного контент-анализа.

В дополнительной информации на карточке могут найти отражение синтаксические, ситуативные, экстралингвистические (например, культурные или идеологические) особенности исследуемой единицы языка. Такой раздел может содержать ответ на вопросы:

1) кто использовал данное слово или словосочетание?
2) кому оно было адресовано?
3) ясна ли коммуникативная интенция автора высказывания?
4) каковы проксемические характеристики единицы языка?

Запись ответов на данные вопросы удобно выстраивать в последовательности: *кто – кому – зачем – где – когда*.

Паспортизация неологизма Wolf Warrior Diplomacy

В качестве практического примера варианта паспортизации неологизма как исследуемой единицы языка в политическом и военно-политическом дискурсах разберем выражение *wolf warrior diplomacy*.

Согласно корпусу английского языка[1] словосочетание *wolf warrior diplomacy* появилось в структуре английских медиатекстов на тему международной политики в мае 2020 года. Вероятно, выражение является более удачным сокращением ранее использовавшегося словосочетания "*Wolf Warrior" style diplomacy*, на которое в материале от 16 апреля 2020 года ссылается издающийся на английском языке китайский таблоид,

[1]URL: www.english-corpora.org/now/ (дата обращения: 03.01.2023).

специализирующийся на освещении международных событий (*Global Times, Хуаньцю Шибао*)[1].

Выражение является аллюзией, отсылающей реципиента к названию китайского блокбастера 2017 года «Война волков 2», критикуемого в США за «раздувание» у аудитории китайского национализма, экспортирование китайского взгляда на миропорядок. При этом китайские зрители восприняли киноленту с восторгом, после просмотра сеансов аплодировали, пели национальный гимн и не могли сдержать слез.[2]

В соответствии с общим настроением фильма речевое новообразование стало обозначать модель внешней политики КНР при Си Цзиньпине, в особенности после начала пандемии COVID–19. Такая модель подразумевает использование полномочными лицами, представляющими Китай на международной арене, агрессивных вплоть до угроз высказываний в СМИ и социальных сетях в ответ на обвинения Китая во внутри- или внешнеполитических действиях, которые тем или иным образом не устраивают основных конкурентов КНР в глобальном и региональном масштабах (США, ЕС, Австралия, Япония, развивающиеся страны Азии). Соответствующие полномочные лица – представители КНР – в западных изданиях на английском языке называются *wolf warriors, chineese wolf warriors, Beijing's wolf warriors*.

При наличии времени, выделяемого на работу по систематизации обрабатываемых сведений, данных и информации, переводчик-аналитик может заполнить «паспорт» на языковое новообразование *wolf warrior diplomacy* следующим образом:

Структура паспорта

1. Синтаксическая структура единицы языка.

wolf warrior		diplomacy
существительное + существительное	+	существительное
определение; определение, дополнение		определяемое слово; подлежащее, дополнение

2. Фрагмент исходного текста (цитата) со ссылкой на источник.

Поскольку в рамках данной статьи словосочетание не рассматривается в контексте конкретного эпизода информационного противостояния, в качестве фрагмента исходного текста будет приведена цитата из более раннего источника, отмеченного в корпусе английского языка 10 мая 2020 года:

> Michael Fullilove, the director of the influential Lowy Institute in Sydney, accused the Chinese Ambassador of engaging in "*wolf warrior diplomacy*", the brand of pugnacious rhetoric gaining hold among Beijing's new generation of diplomats.[3] – Директор влиятельного автралийского аналитического центра «Институт Лоуи» (Lowy Institute) Майкл Фуллилав обвинил китайского посла в ведении «дипломатии войны волков» – агрессивного фирменного стиля ведения риторики, который набирает популярность среди нового поколения официальных представителей Пекин.

По контексту и набору фоновых знаний переводчик-аналитик может добраться до материалов, освещавших один из скандалов между Китаем и Австралией (странами, претендующими на лидерство в Азиатско-Тихоокеанском регионе) – датируемым 4–6 мая 2020 года. Вероятно, это можно считать датой возникновения языкового новообразования в описанной в пункте 1 синтаксической форме[4].

3. Значение фразеологизма:
   Рус.: концепция китайской дипломатии, оформившаяся в 2019–2020 годах и основывающаяся на агрессивной риторике в адрес основных внешнеполитических конкурентов на международной и региональной арене.
   Англ.: diplomacy bulling, outrageous behavior in diplomacy; Wolf warrior diplomacy has become the shorthand expression for a new, assertive brand of Chinese diplomacy … strident and assertive – exhibiting behavior that ranges from storming out of an international meeting to shouting at foreign counterparts and even insulting foreign leaders[5] [Martin, 2021].
4. Ранее встречавшиеся варианты перевода на русский язык со ссылками на источник:
   - дипломатия «воина-волка»[6];

[1] URL: www.globaltimes.cn/content/1185776.shtml?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter_axioschina&stream=china (дата обращения: 26.12.2022).
[2] URL: https://svpressa.ru/war21/article/217740/ (дата обращения: 03.01.2023).
[3] URL: https://asiatimes.com/2020/05/us-australia-play-good-cop-bad-cop-with-china/ (дата обращения: 02.01.2023).
[4] URL: https://www.news.com.au/world/coronavirus/global/qanda-coronavirus-pandemic-is-changing-how-the-world-sees-china/news-story/aa1e902409d74946027a05be36974569 (дата обращения: 03.01.2023); www.dailymail.co.uk/news/article-8284891/China-Australia-tensions-mount-coronavirus-inquiry-diplomats-outrageous-behaviour.html (дата обращения: 03.01.2023); www.voanews.com/a/covid-19-pandemic_chinas-wolf-warrior-diplomacy-prompts-international-backlash/6188830.html (дата обращения: 02.01.2023).
[5] URL: www.nbr.org/publication/understanding-chinese-wolf-warrior-diplomacy/ (дата обращения: 02.01.2023).
[6] URL: https://topwar.ru/182532-diplomatija-voina-volka-kitaj-i-ego-vneshnja-ja-politika.html?ysclid=l7as8mkxh1710862783 (дата обращения: 03.01.2023).

- дипломатия «волков-войнов»[1];
- дипломатия волков[2];
- дипломатия в стиле «войны волков»[3].

5. Окончательный принятый вариант перевода – *Дипломатия войны волков*. При необходимости может приводиться обоснование выбранного варианта, в том числе ссылка на информационный документ, ранее разработанный в организации-заказчике, например: «Предложенный вариант перевода отражает аллюзию на источник возникновения языкового новообразования – китайский художественный фильм 2017 года, вышедший в российском прокате под названием "Война волков 2"».
6. Варианты обратного перевода единицы языка при необходимости: в данном примере неприменимы.
7. Комментарий к примененной переводческой трансформации:

wolf warrior diplomacy – дипломатия войны волков
По Бардухарову: перестановка, замена членов предложения (при употреблении в тексте) [Бардухаров, 1974]
По Комиссарову: перемещение, замена членов предложения (при употреблении в тексте) [Комиссаров, 1990]

8. Возможные связи исследуемого выражения с другими выражениями, в том числе деривации *cat warrior diplomacy*, используются для описания применяемых представителями Китайской Республики (Тайваня) дипломатических тактик, напоминающих дипломатию войны волков.

В дополнительной информации на карточке стоит отметить вероятность существования дискурсивной ловушки, построенной на использовании словосочетания *wolf warrior diplomacy*. Муссирование порожденных представителями стран – геополитических соперников Китая словосочетаний типа *wolf warrior diplomacy*, *China threat* имеет целью создать в международном сообществе ощущение пассивных и активных угроз со стороны официального Пекина сложившемуся миропорядку[4]. При этом дискурсивная тактика сочетает в себе два типа дискурсивных ловушек [Michaels, 2013]: эксплуатацию популярных идей и маргинализацию (искореняемых идей). Использование подобных дискурсивных ловушек может быть рассмотрено в рамках тактик обличения и обвинения манипулятивной стратегии на понижение в рамках психологического воздействия в коммуникации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Паспортизация языковых явлений в той или иной форме в особенности систематизированное каталогизированное описание их значений и вариантов перевода имеет большую эмпирическую важность, так как позволяет документально зафиксировать перевод лексической единицы для устойчивого употребления единого варианта во всех разрабатываемых в организации-заказчике информационных и отчетных документах. Такая фиксация позволяет:

- добиться более точного и быстрого понимания сути и содержания документа при быстром ознакомительном чтении лицом, принимающем решение о реагировании на информационную угрозу;
- упростить и ускорить работу переводчика-аналитика при переводе текстов на ту же тематику, разработке информационных и отчетных документов, основывающихся на таких переводах;
- создать / расширить единую терминологическую базу организации-заказчика;
- создать возможности для быстрого автоматизированного поиска по тегам информационных материалов и переводов во внутренней сети организации заказчика;
- связать практическую деятельность переводчика-аналитика с научной деятельностью, повысить эпистемологическую значимость его работы.

[1] URL: https://globalaffairs.ru/articles/diplomatiya-volkov-voinov/?ysclid=l7as8pg0fs637414086 (дата обращения: 03.01.2023); http://russian.cri.cn/news/homeList/380/20201210/590175.html (дата обращения: 03.01.2023); www.rbc.ru/opinions/politics/30/04/2020/5ea9d6519a794770045da33f ; http://russian.cri.cn/news/homeList/380/20201210/590175.html (дата обращения: 03.01.2023).

[2] URL: www.rbc.ru/opinions/politics/30/04/2020/5ea9d6519a794770045da33f (дата обращения: 02.01.2023).

[3] URL: https://ria.ru/20200504/1570931111.html (дата обращения: 02.01.2023).

[4] URL: https://www.globaltimes.cn/content/1209138.shtml (дата обращения: 04.01.2023).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Michaels J. H. The discourse trap and the US military. From the War on Terror to the Surge. New York: Palgrave Macmillan, 2013.

2. Кушнерук С. Л. Дискурсивный и текстовый миры: возможности уровневой стратификации дискурса // Политическая лингвистика. 2012. № 2(40). С. 93–102.
3. Тороп П. Х. Проблема интекста // Труды по знаковым системам: Текст в тексте. 1981. №14. С. 33–44.
4. Рябуха О. В., Трошина А. В. Проблема типологии интертекстуальных включений и их роль в структуре интертекста (на материале журнальных и газетных статей) // Научный диалог. 2018. № 4. С. 134–146.
5. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: ЧеРо; Издательство МГУ, 2000.
6. Гаврин С. Г. Изучение фразеологии русского языка в школе // М.: Просвещение, 1963.
7. Вендина Т. И. Введение в языкознание М.: Высшая школа, 2001.
8. Дубровин М. И. Русские фразеологизмы в картинках (для говорящих на английском языке) М.: Русский язык, 1977.
9. Martin P. China's Civilian Army: The Making of Wolf Warrior Diplomacy Oxford : Oxford University Press, 2021.
10. Бардухаров Л. С. Язык и перевод. М.: Международные отношения, 1974.
11. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). Учебник для институтов и факультетов иностранных языков. М.: Высшая школа, 1990.

REFERENCES

1. Michaels, J. (2013). The discourse trap and the US military. From the War on Terror to the Surge. New York: Palgrave Macmillan.
2. Kushneruk, S. L. (2012). Diskursivnyj i tekstovyj miry: vozmozhnosti urovnevoj stratifikacii diskursa = Discoursive and text worlds: possibilities of level stratification of discourse. Politicheskaja lingvistika, 2 (40), 93–102. (In Russ.)
3. Torop, P. Kh. (1981). Problema inteksta = On the issue of intext. Trudy po znakovym sistemam,14, 33–44. (In Russ.)
4. Ryabuha, O. V., Troshina A. V. (2018). Problem of typology of intertextual inclusions and their role in intertext structure (by material of magazine and newspaper articles). Nauchnyj dialog, 4, 134–146. (In Russ.)
5. Docenko, E. L. (2000). Psihologiya manipulyacii: fenomeny, mekhanizmy i zashchita = Psychology of manipulation: phenomena, mechanisms and protection. Moscow: CheRo, Moscow State University. (In Russ.)
6. Gavrin, S. G. (1963). Izuchenie frazeologii russkogo yazyka v shkole = Studying the phraseology of the Russian language at school. Moscow: Prosveshchenie. (In Russ.)
7. Vendina, T. I. (2001). Vvedenie v yazykoznanie = Introduction to linguistics. Moscow: Vysshaya shkola. (In. Russ.)
8. Dubrovin, M. I. (1977). Russkie frazeologizmy v kartinkah (dlya govoryashchih na anglijskom yazyke) = Russian phraseology in pictures (for English speakers). Moscow: Russky yazyk. (In. Russ.)
9. Martin, P. (2021). China's Civilian Army: The Making of Wolf Warrior Diplomacy. Oxford: Oxford University Press.
10. Barkhudarov, L. S. (1974). Yazyk i perevod = Language, translation and interpretation. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniya.
11. Komissarov, V. N. (1990). Teoriya perevoda (lingvisticheskie aspekty). Uchebnik dlya institutov i fakul'tetov inostrannyh yazykov = Translation theory (linguistic aspects). Textbook for institutes and faculties of foreign languages. Moscow: Vysshaya shkola. (In. Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Назарова Надежда Евгеньевна

старший преподаватель кафедры лингвистики и переводоведения
Московского государственного института международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации (Одинцовский филиал), Одинцово, Россия

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Nazarova Nadezhda Evgenievna

Senior Lectuturer at the Department of Linguistics and T&I Studies,
Moscow State Institute of International Relations (University),
Ministry of Foreign Affairs of Russia (Odintsovo), Odintsovo, Russia

Статья поступила в редакцию	17.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	19.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 81.42
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_94

Проявление лингвокреативности в англоязычных семиотически осложненных медиатекстах

О. Б. Найок

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
nayok.o.b.@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные вопросы изучения особенностей проявления лингвокреативности при взаимодействии вербальных и изобразительных компонентов в рамках электронного новостного дискурса. Проведенный анализ показал эффективность применения предложенной в исследовании пары признаков: «использование с целью передачи фактуальной информации» – «использование с целью передачи экспрессивно-эмоциональной информации» – в качестве показателей некреативного – креативного употребления средств, относящихся к разным семиотическим кодам.

Ключевые слова: лингвокреативность, семиотически осложненный текст, медиадискурс, вербальный компонент, изобразительный компонент, троп, визуальная метонимия

Для цитирования: Найок О. Б. Проявление лингвокреативности в англоязычных семиотически осложненных медиатекстах // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 94–100. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_94.

Original article

Linguistic Creativity in Multimodal Media Texts in English

Olga B. Nayok

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
nayok.o.b.@mail.ru

Abstract. The article studies linguistic creativity in the framework of the relationship between verbal and visual components in the news media discourse online. The analysis illustrates that looking at multimodal means as communicating factual information vs expressive and emotional information proves effective in the process of identifying creative vs noncreative manifestations pertaining to different semiotic codes.

Keywords: linguistic creativity, multimodal text, media discourse, verbal component, visual component, trope, visual metonymy

For citation: Nayok, O. B. (2023). Linguistic Creativity in Multimodal Media Texts in English. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 94–100. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_94

ВВЕДЕНИЕ

Вопросы творчества и креативности волнуют человечество на протяжении столетий. В последнее время особую актуальность приобрело рассмотрение креативности как лингвистической категории, при этом активно исследуются «семиотические, когнитивные и прагматические аспекты актуализации категории лингвокреативности в различных типах дискурса» [Гермашева, 2016, с. 169–170]. О сложности и многогранности явления лингвистической креативности свидетельствует то, что отечественными и зарубежными исследователями выделяются такие разновидности, как языковая или вербальная креативность, дискурсивная или речевая креативность, креативность концептуальных моделей, текстовая, универсальная, контекстная, эвристическая, эстетическая, экспрессивная, лингвосемиотическая, просодическая, стилистическая, семантическая, фразеологическая, синтаксическая, лексическая креативность, морфологическая или словообразовательная креативность, индивидуальная или индивидуально-авторская, коллективная или массовая лингвокреативность. Отмечается, что «некоторые исследователи склоняются к трактовке linguistic creativity не как термина, а как области знания» [Фещенко, 2021, с. 199]. В широком смысле креативность «в гуманитарных науках обычно расценивается как экспликация когнитивных и психологических способностей человека к творчеству, к ментальному переосмыслению реальности и созданию каких-то новых феноменов, объектов, артефактов, выдвижению новых идей, конструированию новых смыслов и их воплощению в новые концепты, слова, значения, тексты, ранее не имевшие места в материальной действительности или духовно-социальном пространстве социума» [Гермашева, 2016, с. 166].

Целью предлагаемой статьи является изучение с позиций лингвокреативности взаимодействия текстовых и изобразительных компонентов в рамках электронного новостного дискурса.

Актуальность исследуемой темы обусловлена недостаточной изученностью вопросов, касающихся средств, приемов, стратегий и тактик реализации креативного потенциала языковых единиц с учетом разносторонних связей языка с кодами других семиотических систем.

Материалом для исследования служат иллюстрированные тексты, размещаемые в онлайн-версиях таких англоязычных новостных изданий, как *The Guardian*, *The Independent* и *The Economist*.

В рамках проведенного исследования использовалась методика, включающая процедуры контекстуального, концептуального, интерпретативного и стилистического анализа, а также наблюдение, сравнение, описание и обобщение полученных данных.

ПОНЯТИЕ ЛИНГВОКРЕАТИВНОСТИ В РАМКАХ ДИСКУРСИВНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Лингвокреативность представляет собой «явление универсальное, т. е. свойственное всем типам дискурса и характеризующееся набором универсальных параметров и форм их проявления, которые в разных дискурсах распознаются как креативное (оригинальное) использование языка, позволяя различать случаи намеренного (прагматически ориентированного) нарушения языковой нормы, универсальные средства выразительности и случаи интерференции языковых, межъязыковых и межсемиотических элементов» [Зыкова, 2021а, с. 109]. При этом изучение лингвокреативности в рамках определенного дискурса «предполагает наличие определенной специфики ‘действия’ универсальных параметров в каждом конкретном типе дискурса и особые формы проявления в нем креативного (оригинального) использования языка, позволяя различать случаи намеренного (прагматически ориентированного) нарушения дискурсивной нормы, дискурсивно обусловленные (т. е. характерные для определенного типа дискурса) средства выразительности и случаи интерференции языковых, межъязыковых и межсемиотических элементов. Таким образом, то, что определяется как лингвокреативное в одном типе дискурса, в другом типе дискурса может не иметь такой идентификации» [там же].

Анализируя средства манифестации лингвокреативности в рамках какого-либо дискурса, необходимо учитывать то, что одним из определяющих принципов конструирования дискурсов является принцип оптимальности [Киосе, 2021а], т. е. степень проявления новизны и оригинальности дискурса не должна препятствовать его понимаю реципиентом в ходе коммуникации, что гарантируется тем, что при нарушении языковой нормы коммуникантами соблюдаются определенные закономерности [Беляевская, 2021].

Лингвокреативность манифестируется в дискурсе с помощью лингвокреативных единиц, которые могут носить универсальный характер или быть свойственными определенным типам дискурса, т. е. они представляют собой «универсальные и дискурсивно специфические способы создания языковых новаций или языковых креаций» [Зыкова, 2021б, с. 20].

Изучение лингвокреативных единиц во многом связано с определением степени новизны, оригинальности, уникальности используемых средств. Разграничение между креативным и некреативным, стереотипным, конвенциональным употреблением языковых средств «может проходить по линии частотности: чем меньше встречается то или иное языковое явление в дискурсе или в определенном языковом окружении (контексте) в разных дискурсах, тем более креативным оно считается для данного дискурса и / или для общеязыкового узуса и / или для языковой системы в целом» [там же, с. 18]. В хронологическом плане результатом тиражирования тех или иных лингвокреативных явлений в рамках определенного дискурса является утрата ими новизны и переход из «дискурсивной новации в языковую конвенцию». Креативный характер языковой единицы также зависит от цели ее создания и от эффектов, возникающих при ее употреблении [там же].

Параметры описания лингвокреативности можно выделить на всех языковых уровнях, включающих фонологический, морфологический, словообразовательный, лексико-фразеологический, синтаксический и графемный. «Параметрами лингвистической креативности могут служить обобщенные лингвистические характеристики, эксплицированные в виде маркеров и использующиеся в тексте для конструирования поэтической формы текста и дискурса» [Киосе, 2021б, с. 5]. Параметры, выделяемые при описании лингвокреативности, могут быть отнесены к следующим типам: макродискурсивные параметры, «которые эксплицируют влияние внешних факторов на реализацию креативного потенциала языковой системы в дискурсе определенного типа» [Зыкова, 2021б, с. 15], микродискурсивные параметры, «свидетельствующие о креативном использовании языковых средств и о создании разного рода новаций (морфологических, синтаксических, лексических, фразеологических, (орфо)графических и др.) в исследуемых типах дискурса» [там же], интердискурсивные параметры, демонстрирующие взаимовлияние разных типов дискурса, приводящее к повышению / понижению их лингвокреативного потенциала [там же].

При исследовании вопросов, относящихся к области лингвокреативности, большое значение приобретает различение некреативной и креативной активизации языковых явлений, так как применение одних и тех же языковых средств может быть квалифицировано как креативное или некреативное в зависимости от типа дискурса, в котором они употреблены, например использование фразеологизма в его узуальной или модифицированной форме может рассматриваться как «креативное в дискурсе детской литературы или эпистолярном дискурсе и, напротив, как некреативное – в рекламном или экспериментально-художественном дискурсе» [там же, с. 17].

Наиболее наглядным является представление дифференциаторов или показателей «некреативного» – «креативного» в виде пар, выделяемых в соответствии с наличием или отсутствием ключевого параметра креативности [Зыкова, 2021б, с. 18]. Так, к показателям некреативного употребления языковых единиц в художественном произведении относят, например, «художественно эстетическую стилизацию», под которой понимается адаптация вербальной системы произведения к построению базового дискурса [Зыкова, 2021а, с. 183]. Соответствующим признаком креативного употребления языковых единиц является «эстетико-прагматическая актуализация (или экспликация)», т. е. усиление образно-выразительного плана произведения и адаптация его вербальной системы к решению ключевой прагматической задачи [там же].

Еще одной парой признаков является сильная и слабая коммуникация. Сильная коммуникация соответствует ситуациям, при которых характер построения высказывания, выбранный адресантом, способствует определенной однозначности интерпретации этого высказывания адресатом, а слабая коммуникация соответствует случаям, когда ответственность адресата при интерпретации значения повышается в силу наличия большого количества потенциальных импликатур, при этом возникает эффект более высокой поэтичности и креативности [Соколова, 2021].

Также к дифференциаторам «некреативного» – «креативного» относят «коммуникативное речетворчество» и «композиционное речетворчество». «Под коммуникативным понимаются те нововведения, которые закрепляются в кодифицированной норме языка» [Фещенко, 2021, с. 209]. К композиционному речетворчеству относятся случаи языковой игры как в поэтическом дискурсе, так и в разговорной речи, способствующие стихийному развитию языка [там же]. Кроме того, парами дифференциаторов креативности являются такие признаки, как дискурсивная конвенциональность (салиентность, устойчивость, типичность) и дискурсивная интенциональность (прагматическая ориентированность) [Киосе, 2021а], а также реализация в неэстетических функциях и реализация в эстетической функции [Зыкова, 2021б].

В целом «креативный характер языковой единицы может подтверждать степень ее эвристичности, использование в создании полимодальных элементов дискурса, ее уникальность, о которой

свидетельствует индивидуально-авторское использование, а также оригинальность формы представления информации» [там же, с. 18].

ЛИНГВОКРЕАТИВНОСТЬ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИЛЛЮСТРИРОВАННЫХ МЕДИАТЕКСТАХ

Проявление лингвокреативности в средствах массовой информации разрушает сложившиеся стереотипы восприятия текста и нарушает коммуникативные ожидания читателя [Панова, 2017], что определенно способствует более эффективной реализации прагматических задач в смысловом пространстве медиадискурса.

Особый интерес для данного исследования представляет изучение принципов реализации лингвокреативности в медиатекстах с учетом особенностей взаимодействия различных каналов репрезентации информации, так как невербальные компоненты играют важную роль в процессах смыслоформирования в медиадискурсе, представленном онлайн-версиями современных печатных новостных изданий.

Мультимедийность, являющаяся одной из базовых категорий медиадискурса, реализуется в процессе взаимодействия кодов разных семиотических систем, передающих текстовую, графическую, аудиальную и видеоинформацию. Смена кодов в медийном дискурсе является одним из параметров проявления дискурсивно обусловленной лингвокреативности и способствует реализации базовых функций этого типа дискурса, среди которых можно отметить информационную и развлекательную функции, а также функцию воздействия и убеждения. Поликодовое представление информации в современном медийном дискурсе, в частности, в таком его подтипе, как онлайн-пресса, осуществляется в рамках взаимодействия вербальных и невербальных компонентов. Среди вербальных компонентов можно выделить письменные и устные. Письменные компоненты медиатекстов могут быть представлены следующими структурными элементами: названием рубрики, заголовком, лидом / зачином, основным текстом статьи, подписями к иллюстрациям, строками, содержащими информацию об авторе, времени публикации, количестве комментариев и скачиваний. К устным вербальным компонентам в онлайн-прессе можно отнести звучащую речь в видеоматериалах. Невербальные компоненты в современной прессе представлены фотоиллюстрациями или карикатурными иллюстрациями, видеорядом, а также такими графическими элементами, как цветовое оформление, гарнитура шрифта, кегль и т. д.

Дополняя и обогащая друг друга в рамках медиатекстов, вербальные и невербальные компоненты взаимодействуют между собой и образуют единое смысловое пространство, формируя читательское мнение и привлекая внимание посредством неконвенциональной формы реализации сообщения. При этом важно отметить увеличение пропорции такого визуального компонента, как иллюстрации: если в печатных версиях средств массовой информации иллюстрации характеризуются ограниченным применением, то онлайн-версии новостных изданий, обладающие потенциально неограниченной площадью размещения информации, используют иллюстрации гораздо более широко: каждая статья сопровождается минимум одной, а часто несколькими иллюстрациями, представленными статичными изображениями, а также нередко видеоматериалами.

При рассмотрении роли вербальных и невербальных компонентов медиадискурса в реализации категории креативности представляется эффективным выделение пары следующих признаков: «использование с целью передачи фактуальной информации» – «использование с целью передачи экспрессивно-эмоциональной информации».

Некреативное взаимодействие вербальных и невербальных компонентов с целью передачи фактуальной информации можно проиллюстрировать случаями, когда иллюстрация отображает ключевое событие, которому посвящена статья, главных действующих лиц, место действия и т. д.

INDEPENDENT PREMIUM

Rishi Sunak 'duped by fake Falklands hero at veterans meeting'

Online group says they exposed 'Walter Mitty' fantasist who met PM at No 10

Adam Forrest Political Correspondent • Monday 23 January 2023 15:30 • Comments

Rishi Sunak was "duped" by a fake Falklands war hero at a Downing Street meeting for veterans attended by fellow ministers, according to a report.

Рис. 1. Начало статьи, размещенной на сайте *The Independent*[1]

В примере на рисунке 1, взятом из онлайн-версии британской газеты *The Independent* от 23 января 2023 года, информация, представленная в заголовке *Rishi Sunak 'duped by fake Falklands hero at*

[1] URL: https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/rishi-sunak-falklands-veteran-mercer-b2267439.html

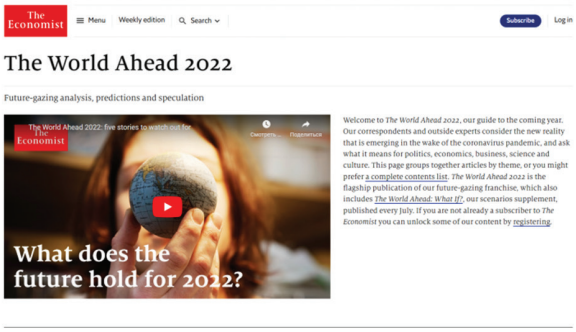


Рис. 2. Часть веб-страницы *The Economist* (*https://www.economist.com/the-world-ahead-2022*)

Рис. 3. Начало статьи, размещенной на сайте *The Guardian* (*https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2023/jan/23/buried-bbc-podcast-exposing-waste-rubbish-crime-scandal*)

veterans meeting' дублируется иллюстрацией. Центральное положение премьер-министра Великобритании на фотографии соотносится с синтаксической ролью соответствующего имени собственного в заголовке. Личность второго действующего лица, лжеветерана Фолклендской войны, в заголовке не называется, присутствует только общее описание, чему на иллюстрации соответствует изображение пожилого человека в военной фуражке со спины. Таким образом, ни заголовок, ни иллюстрация не снимают вопросов относительно личности «фальшивого героя», обманувшего премьер-министра, что заставляет читателя, заинтересовавшегося скандалом, продолжить знакомиться со статьей.

К первому варианту лингвокреативного взаимодействия вербальных и визуальных элементов в электронном медиадискурсе относятся случаи передачи экспрессивно-эмоциональной информации с помощью тропов, образованных при помощи вербальных и невербальных компонентов. При этом важным условием является то, что невербальный компонент способствует реализации креативного потенциала языковой системы, актуализируя информацию, которая не передается вербальным компонентом.

В примере на рисунке 2, взятом с веб-страницы издания *The Economist*, иллюстрация, представляющая собой фотозаставку к видеоматериалу, употребляется для создания стилистического приема каламбура, основанного на реализации нескольких значений полисемантичной единицы *hold*, использованной в заглавии к видео:

> What does the future hold for 2022?
> (*The Economist. The World Ahead 2022*).

Так, переносное значение слова *hold* актуализируется с помощью текстового компонента, а буквальное значение реализуется иллюстрацией, на которой изображена женская рука, держащая глобус Земли. Создаваемый прагматический эффект заключается в дополнительном привлечении внимания к рубрике прогнозов.

Ко второму варианту кросс-семиотического проявления креативности в электронном новостном дискурсе относятся случаи взаимодействия вербальных и невербальных компонентов с целью передачи экспрессивно-эмоциональной информации в рамках создания визуальных тропов, образованных при помощи вербальных и невербальных компонентов. При этом вербальный компонент способствует детализации информации, передаваемой с помощью визуального компонента.

В примере на рисунке 3, взятом с веб-страницы британской газеты *The Guardian* цитата, вынесенная в заглавие вызывает недоумение читателя относительно того, почему такой обычный предмет повседневой жизни, как мусорный бак, должен порождать ужас, так как соответствующий концепт лишен подобной оценочной информации.

> You should gaze at your bins in horror': the massive crime scandal behind the UK's rubbish (*The Guardian. 23.01.2023*).

Включение экспрессивно-эмоциональной информации, изначально не входившей в содержание концепта «мусорные баки», способствует реализации языковыми средствами заглавия сложного концепта[1], сформированного из разных компонентов смысла, актуализация которых требует макроконтекста всего семиотически осложненного текста. Так,

[1] «1. сложный концепт – это многомерный развивающийся смысловой феномен, формируемый компонентами-смыслами и реализуемый языковыми средствами; 2. развитие сложного концепта находит выражение во 'включении' в его сферу смыслов, которые изначально не входили в содержание данного концепта (эмоционально-экспрессивное отношение, метафорические образы), на основе процессов взаимодействия с другими концептами, протекающих в рамках межличностной и межкультурной коммуникации, а также различных видов творчества» [Барабушка, 2013, с. 4].

из основного текста статьи благодаря подробному объяснению, касающемуся различных последствий воздействия на окружающую среду мусора, оставленного коммунальными службами на нелегальных свалках, образовавшихся в результате преступного бездействия местных властей, становится очевидным, что сильную эмоционально-оценочную реакцию у читателя должны вызывать не сами мусорные баки, а экологическое преступление, которое они метонимически представляют. Семиотическая когезия между иллюстрацией и заголовком основана на изображении мусора: с одной стороны, слово *rubbish* употребляется в заголовке, с другой стороны, мусор на изображении способствует реализации концепта «мусорный бак» с помощью визуальной метонимии «содержимое вместо контейнера». Соотношение иллюстрации с лексико-оценочной темой, представленной в заглавии, осуществляется с помощью визуальной метонимии «результат вместо действия», где изображение гор мусора, практически полностью скрывающих землю, покрытую зеленой травой, передает информацию о масштабе негативного воздействия человека на окружающую среду, что, в свою очередь, способствует визуализации причин, по которым читатель и должен испытывать ужас, упоминающийся в заглавии. Таким образом, взаимодействие вербальных и невербальных компонентов в рассматриваемом примере способствует передаче экспрессивно-эмоциональной информации, что реализуется в контексте данной статьи созданием стилистического эффекта негативной оценки и выражения эмоции ужаса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Динамичные изменения реальности в современном мире способствуют значительным трансформациям разнородных знаков языка в процессе их коммуникативной адаптации, обусловленной их ролью в построении смыслового пространства прагматически ориентированного дискурса. Именно медиадискурс, реализуемый в поле массовой коммуникации и продуцируемый СМИ, вследствие его неразрывной связи с развитием современных технологий не только отражает разнообразные новации, постоянно возникающие в языке, но и сам становится их источником. Лингвокреативность является одним из инструментов, лежащих в основе таких изменений, направленных среди прочего на достижение оригинальности формы представления информации с целью привлечения внимания читателей. Проведенный анализ показал эффективность использования пары признаков «использование с целью передачи фактуальной информации» – «использование с целью передачи экспрессивно-эмоциональной информации» при рассмотрении роли вербальных и невербальных компонентов медиадискурса в реализации категории креативности. Признак «использование с целью передачи фактуальной информации» находит выражение при некреативном взаимодействии вербальной составляющей и иллюстрации, заключающемся в дублировании информации. Признак «использование с целью передачи экспрессивно-эмоциональной информации» соответствует двум вариантам кросс-семиотического проявления креативности в электронном новостном дискурсе. К первому варианту относятся случаи создания вербальных тропов с помощью реализации невербальным компонентом информации, отсутствующей в вербальном компоненте. Второй вариант включает примеры визуальных тропов, построенных на взаимодействии вербальных и невербальных компонентов с целью актуализации сложных концептов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гермашева Т. М. Лингвокреативный дискурс: к постановке проблемы // Дискурс-Пи. 2016. № 3–4. С. 166–171.
2. Фещенко В. В. Лингвокреативность в художественном и научном дискурсах // Лингвокреативность в дискурсах разных типов: пределы и возможности: коллективная монография / отв. ред. И. В. Зыкова. М.: Р. Валент, 2021. С. 190–257.
3. Зыкова И. В. Лингвокреативность в кинодискурсе // Лингвокреативность в дискурсах разных типов: пределы и возможности: коллективная монография / отв. ред. И. В. Зыкова. М.: Р. Валент. 2021а. С. 100–189.
4. Киосе М. И. Лингвокреативность в дискурсе детской литературы // Лингвокреативность в дискурсах разных типов: пределы и возможности: коллективная монография / отв. ред. И. В. Зыкова. М.: Р. Валент. 2021а. С. 363–451.
5. Беляевская Е. Г. Лингвистическая креативность: нарушение нормы? // Дискурс и язык в эпоху «больших данных»: лингвокреативные пределы и возможности: тезисы докладов второй международной научной конференции, Москва, 16–17 сентября 2021 г. М.: Институт языкознания Российской академии наук, 2021. С. 1–2.
6. Зыкова И. В. Язык и дискурсы: на новых рубежах теории лингвокреативности // Лингвокреативность в дискурсах разных типов: пределы и возможности: коллективная монография / Отв. ред. И. В. Зыкова. М.: Р. Валент. 2021б. С. 11–20.
7. Киосе М. И. Текстовая и дискурсивная лингвокреативность детской приключенческой повести в англоязычной литературе // Вестник Томского государственного университета. 2021б. № 466. С. 5–15.

8. Соколова О. В. Лингвокреативность в рекламном и поэтическом дискурсах // Лингвокреативность в дискурсах разных типов: пределы и возможности: коллективная монография / Отв. ред. И. В. Зыкова. М.: Р. Валент. 2021. С. 258–361.
9. Панова Е. Ю. Креативизация журналистского текста как риторический прием (на материале колонок региональной прессы) // Вестник Челябинского государственного университета. 2017. № 6 (402). Филологические науки. Вып. 106. С. 68–74.
10. Барабушка И. А. Сложный концепт в художественной концептосфере: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2013.

REFERENCES

1. Germasheva, T. M. (2016). Lingua-Creative Discourse: on Forwarding the Problem. Discourse P. № 3–4. P. 166–171. (In Russ.)
2. Feshhenko, V. V. (2021). Lingvokreativnost v xudozhestvennom i nauchnom diskursax. Lingvokreativnost v diskursax raznyx tipov: Predely i vozmozhnosti: kollektivnaya monografiya = Linguistic Creativity in Literary and Academic Discourse. In Zykova, I. V. (ed.), Linguistic Creativity in Different Types of Discourse: Limits and Possibilities (pp. 190–257). Moscow: R.Valent. (In Russ.)
3. Zykova, I. V. (2021a). Lingvokreativnost v kinodiskurse. Lingvokreativnost v diskursax raznyx tipov: Predely i vozmozhnosti: kollektivnaya monografiya = Linguistic Creativity in Movie Discourse. Linguistic Creativity in Different Types of Discourse: Limits and Possibilities. In I. V. Zykova (ed.). Moscow: R.Valent. P. 100–189. (In Russ.)
4. Kiose, M. I. (2021a). Lingvokreativnost v diskurse detskoj literatury. Lingvokreativnost v diskursax raznyx tipov: Predely i vozmozhnosti: kollektivnaya monografiya = Linguistic Creativity in the Discourse of Literature for Children. In Zykova, I. V. (ed.), Linguistic Creativity in Different Types of Discourse: Limits and Possibilities (pp. 363–451). Moscow: R.Valent. (In Russ.)
5. Belyaevskaya, E. G. (2021). Lingvisticheskaya kreativnost: narushenie normy? Diskurs i yazyk v epoxu "bolshix dannyx": lingvokreativnye predely i vozmozhnosti = Linguistic Creativity: Deviation from the Norm. The digest of articles of an international scientific conference (pp. 1–2). Moscow. Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences. (In Russ.)
6. Zykova, I. V. (2021b). Yazyk i diskursy: na novyx rubezhax teorii lingvokreativnosti. Lingvokreativnost v diskursax raznyx tipov: Predely i vozmozhnosti: kollektivnaya monografiya = Language and Discourses: on New Frontiers of the Theory of Linguistic Creativity. In Zykova, I. V. (ed.), Linguistic Creativity in Different Types of Discourse: Limits and Possibilities (pp. 11–20). Moscow: R. Valent. (In Russ.)
7. Kiose, M. I. (2021b). Text and Discourse Linguistic Creativity of Children's English-Language Adventure Fiction. Tomsk State University Journal, 466, 5–15. (In Russ.)
8. Sokolova, O. V. (2021). Lingvokreativnost v reklamnom i poeticheskom diskursax. Lingvokreativnost v diskursax raznyx tipov: Predely i vozmozhnosti: kollektivnaya monografiya = Linguistic Creativity in Advertising and Poetic Discourses. In Zykova, I. V. (ed.), Linguistic Creativity in Different Types of Discourse: Limits and Possibilities (pp. 258–361). Moscow: R. Valent. (In Russ.)
9. Panova, E. V. (2017). Creativity in Journalistic Text as a Rhetorical Technique (Based on the Columns of the Regional Press). Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology Sciences, 6(402), 106, 68–74. (In Russ.)
10. Barabushka, I. A. (2013). Slozhnyj koncept v xudozhestvennoj konceptosfere = A Complex Concept in the Artistic Concept Sphere: abstract of PhD in Philology. Voronezh. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Найок Ольга Борисовна

кандидат филологических наук
доцент кафедры стилистики английского языка факультета английского языка
Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Nayok Olga Borisovna

PhD (Philology)
Assistant Professor at the Department of English Stylistics, Faculty of the English Language
Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию	13.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	14.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 81
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_101

Стилистические особенности русскоязычной молодежной интернет-коммуникации

Р. К. Потапова[1], В. В. Потапов[2], П. А. Уманская[3]

[1,3]*Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия*
[2]*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия*
[1]*RKpotapova@yandex.ru*
[2]*Volikpotapov@gmail.com*
[3]*P.umanskaya@yandex.ru*

Аннотация. В статье рассматриваются результаты контент-анализа интернет-коммуникации подростков (младших и старших подростковых групп учащихся). Основой исследования послужили школьные чаты определенной содержательной направленности, что дало возможность выделить лексические категории, которые дополняют и трансформируют стилистические средства в зависимости от ситуации общения. Делается вывод о том, что в русскоязычном молодежном социуме прослеживаются общая тенденция к «токсично» насыщенной лексике интернет-коммуникации и частные (возрастные и гендерные) особенности коммуникантов.

Ключевые слова: интернет-стилистика, интернет-коммуникация подростков, особенности коммуникации в чате, лексика эмоциональной оценки, лексика рациональной оценки, нейтральная (безоценочная) лексика

Благодарности: Работа выполнена при поддержке Российского научного фонда (РНФ), проект No 22-28-01050.

Для цитирования: Потапова Р. К., Потапов В. В., Уманская П. А. Стилистические особенности русскоязычной молодежной интернет-коммуникации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 101–111. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_101.

Original article

Stylistic Features of Russian-Language Internet Communication of the Younger Generation

Rodmonga K. Potapova[1], Vsevolod V. Potapov[2], Polina A. Umanskaia[3]

[1, 3]*Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia*
[2]*Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia*
[1]*RKpotapova@yandex.ru*
[2]*Volikpotapov@gmail.com*
[3]*P.umanskaya@yandex.ru*

Abstract. The article presents the results of the content analysis of adolescents' (younger and older adolescent groups of schoolchildren) Internet communication. The basis of the study was school chats with certain content topics, which made it possible to identify lexical categories that complement and transform stylistic means depending on the situation of communication. It is concluded that in the Russian-language youth society there is both a general tendency towards a "toxically" saturated vocabulary of Internet communication and particular (age- and gender-related) features of communicants.

Keywords: Internet stylistics, Internet communication of adolescents, features of communication in chats, vocabulary of emotional evaluation, vocabulary of rational evaluation, neutral (non-evaluative) vocabulary

Acknowledgments: The research was carried out with the support of the Russian Science Foundation (RSF), project No. 22-28-01050.

For citation: Potapova, R. K., Potapov, V. V., Umanskaia, P. A. Stylistic Features of Russian-Language Internet Communication of the Younger Generation. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 101–111. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_101

INTRODUCTION

The advancement of digital technologies and their application in the field of Humanities offers fundamentally new opportunities for obtaining information about the language peculiarities of representatives of various age groups. A common form of communication is chats in Internet messengers, that is, subject-matter associations of people for real-time messaging. Communication of adolescents in such chats takes a significant amount of time [Подгорная, Демиденко, 2014]. The most frequent school chats are for communication with classmates. It is in this type of digital communication that topics of interest to adolescents are most clearly presented and their age and other characteristics are reflected [Сорокина, 2018].

The *purpose* of the study presented in the article is to identify some age-related features of the language of adolescents in digital communication. The *object* of the study is the written language of adolescents in the context of digital communication.

The *hypotheses* of the study are as follows:

- the language of adolescents in the context of digital communication on the material under study highlights age and gender differences;
- the language of adolescents in the context of digital communication on the material under study is characterized by expressiveness and verbal aggression.

The objectives of the study included:

- identifying the language features of adolescents based on the analysis of scientific literature with the development of a characterological matrix;
- empirical testing of the identified characteristics of the language of adolescents in digital communication.

CATEGORIES OF ANALYSIS FOR THE LANGUAGE MATERIAL UNDER STUDY

Based on the analysis of scientific literature and dictionaries, the following categories of the material under study were determined: the subject of communication; the presence in the statements of adolescents of vocabulary of expression that is not differentiated in terms of meaning (expressiveness as such); vocabulary of negative emotional evaluation; vocabulary of negative rational evaluation; vocabulary of positive emotional evaluation; non-evaluative vocabulary; interjections; digital images, memes, signs (numbers, signs of mathematical operations)[1].

The main feature of the category of *vocabulary of expression that is not differentiated in terms of meaning* is the characteristic stylistic nuances and expressiveness of words to the nominative meaning of one or another word and, as a result, an increase in the degree of emotional tension [Кузина, 2019]. Thus, in this category, we included the vocabulary of motivation and activity (добиваться, успеть); slang vocabulary, which combined school, youth, computer, criminal and many other jargons (клава, лох, ржать, etc.); obscene vocabulary; and vocabulary with intensifying meaning (никогда, точно, всё, etc.).

The category of evaluative units is a set of units of various levels of the language, which are connected by an evaluated value and convey a negative or positive attitude of the subject of communication to the content of a spoken statement. Evaluative statements are diverse and include not only constructions that directly contain evaluative lexemes "bad / good", but also many expressions or words containing evaluation and evaluative seme. The language contains a number of multi-level means that serve to convey the category of evaluation. In our work, the implementation of linguistic evaluation is considered mainly at the lexical level.

The basis of evaluative vocabulary are, due to part-of-speech semantics, adjectives and adverbs, emotionally colored verbs, nouns and metaphorical and phraseological units formed on their basis.

Emotional evaluation is the result of the subject's individual perception of the object being evaluated; it includes a logical basis, but the emotional component prevails over the rational one [Пантеева, 2020]. This kind of evaluation is partly motivated by the will of the person who perceives

[1] Захарова Л. А., Шуваева А. В. Словарь молодежного сленга (на материале лексикона студентов Томского государственного университета). Томск: Томский государственный университет, 2014.

reality. Emotional-evaluative vocabulary includes two independent groups: vocabulary with a positive connotation and vocabulary with a negative connotation. The final belonging of words or statements to these groups depends on the context of their use: for example, stylistically neutral units can be interpreted as emotionally colored, but at the same time perceived either as an insult (swear word) or as an approval [ibid.].

The *vocabulary of negative emotional evaluation* often represents verbal aggression. Verbal aggression is a type of verbal behavior, the main purpose of which is to insult, humiliate and cause moral discomfort directly to the object of aggression [Закоян, 2010].

In the material under study, it was found that the dominant type of verbal aggression is offensive, characterized by spontaneity, impulsiveness and affect, and is a means of a linguistic "attack" against the interlocutor, including invectives (a number of words or expressions, the semantics of which conveys the intention to disgrace, insult or humiliate a person [Бельчиков, 2002]). In the dictionary[1] edited by A. A. Gritsanov, illustrative examples of invective signs of various axiological concepts are given: labor skills (for example, неумеха); strict regulation of sex – abnormal behavior in this regard (incestuous insults, attribution of perversions); cleanliness – attribution of non-compliance with hygiene (грязный, немытый); family ties – the exclusion of the addressee from the family (*bastard*, сукин сын); religiosity – the exclusion of the addressee from the "sphere of divine protection" (eng. *God damn* – будь ты проклят [богом], иди к черту)[2] [Инвектива, 2001, с. 302], etc.

This category of analysis also includes the vocabulary of destruction and violence (for example: душить, изнасиловать, угрожать), the vocabulary of suffering, which includes the vocabulary of illness, death and a negative emotional state (страдать, боль, плакать), as well as the vocabulary of protest behavior (бунтовщик, портить, спорить, etc.).

The *vocabulary of positive emotional evaluation* includes vocabulary of health, development, family roles, sincerity and positive emotional states (надежда, материнский, смешно, etc.).

The rational evaluation that M.A. Yagubova also calls the assessment "by the head" lies in the rational characterization of the object. This is a logical evaluation based on information about the properties inherent in the object [Брандес, 2004; Ягубова, 1993]. The boundaries between the two types of evaluations (emotional and rational) are vague, which leads to certain difficulties associated with the classification of words and statements.

The *vocabulary of negative rational evaluation* describes unproductive mental actions, their consequences or the lack of the necessary qualities in an object, the appearance of negative characteristics (for example: отсталый, неверный, проиграть, etc.). Examples of the v*ocabulary of positive rational evaluation* can be such words as авторитет, лидировать, возрастать, etc.

The non-evaluative vocabulary includes those language units that are devoid of some degree of expression, serve to state facts and name objects or concepts, or are not included in the above lexical groups; their neutrality makes it possible to construct a scale of expressiveness. The non-evaluative vocabulary, due to the neutrality of the meaning, reveals it in full only within the context. In general, this statement is also true for other groups of vocabulary, since the level of implementation of the emotive code by the word varies depending on the context [Пиотровская, 2004].

Digital images (*emoticons, stickers and emoji*) are a means of demonstrating the emotional tone, intentions and feelings that, in personal communication in spoken language, are transmitted by non-verbal signals not transmittable in digital communication. M. Krongauz came to the conclusion that communication devoid of subtypes of digital images can lead to communication failure, especially among adolescents: there is a change in etiquette in the digital space, in which stickers and emoji become a neutral means of communication [Кронгауз, 2017]. When using digital images in the context of correspondence, the use of slangisms is significantly reduced: they become redundant, since pictorial signs can convey almost any emotion [Черепанов, Пиценко].

In [Потапова, Потапов, 2022a][3], a comparative analysis of memetic units is performed in relation to three segments of the Internet: the Russian-, German- and English-American-language ones. This takes into account not only the subject of the analyzed material, but also the form of information transfer – monocode (text only, picture only) and polycode (combination of different information codes in the text space). The topical analysis of a representative sample and the establishment of the rank dependence of poly- and monocode memes in

[1] Новейший философский словарь / сост. и гл. науч. ред. А. А. Грицанов. 3-е изд., испр. Минск: Книжный Дом, 2003.

[2] Инвектива // Литературная энциклопедия терминов и понятий / под ред. А.Н. Николюкина. М.: ИНИОН РАН; Интелвак, 2001.

[3] The study is part of the project "Hermeneutic typology of semiotic-semantic patterns of "toxicity" in network communication" supported by the Russian Science Foundation (supervised by Rodmonga K. Potapova). The study is still ongoing, which makes it possible to conduct a comparative analysis of the dynamics of interpersonal communication of meme-communication participants and create a unique trilingual database.

relation to the three language areas demonstrated a universal means of transmitting information, taking into account the modality factor, in relation to participants in this type of digital communication.

An *Internet-meme* is a relatively new phenomenon of Internet communication, which is an integral information unit that combines pictorial and verbal components. The main function of a meme is to express emotions. Memes are actively used to distinguish between "us" and "them"; in this regard, they are divided into local and general. This trend is typical for representatives of the age group we studied; therefore, it is one of the chosen units of analysis.

Table 1

EXAMPLES OF ANALYZED STATEMENTS (AUTHOR'S SPELLING AND PUNCTUATION PRESERVED)

Category	Units	Examples of analyzed statements
Vocabulary of expression that is not differentiated in terms of meaning	Vocabulary of motivation and activity	Вперед!
	Slang vocabulary	у кого открывается **хистори, скиньте плиз**[1]
		... завтра она даст **неажидонную КОНТРОШУ**
	Obscene vocabulary	Группу **х****й** засорять не надо
		Чтобы **с**а** ничего нормального не было
	Vocabulary with intensifying meaning	**невозможно** нормально ответить
		у меня оценки **никогда** такими не были по литературе и русскому
Vocabulary of negative emotional evaluation	Invectives	Двухличная курица
		Чертила ты позвонил?
	Vocabulary of destruction and violence	Я его **придушу**
		Они выезжают на **изнасилованных** морально школьниках
	Vocabulary of suffering	Сегодня мы об этом **пожалеем**
		Пойду **поплачу** в углу[2]
	Vocabulary of protest behavior	Можно как-то **отречься** от школы
		Дим да прекрати тут **бунтовщики** пришли
Vocabulary of positive emotional evaluation		Это просто **чудо**
		Всем **добрейший денечек**
Vocabulary of negative rational evaluation		Так зачем говорить **неверную** инфу?
		все оценки **испорчены** из-за нее
Vocabulary of positive rational evaluation		Байден **лидирует**
Non-evaluative vocabulary		Кто нибудь напишите ей об этом
		А какой номер дополнительный на оценку был?
Interjections		Ахахахаххахаха
		ааа **фух**
Digital images		⍰
		:)
Memes		
Signs		+ –

The following phenomena are studied as specific aggressive communicative processes, in which emotional-evaluative vocabulary is used.

Cyberbullying: a type of conflict interaction on the Internet, a type of bullying that involves aggression, intimidation and psychological terror [Garaigordobil, Machimbarrena, 2019]. One of the main causes of bullying is disrespect for some individual. Cyberbullying uses anonymity, a significant number of users, as well as the absence of temporal and spatial restrictions, and the mass dissemination of stigmatizing information of dubious reliability [ibid.]. The presence of bullying indicates that adolescents build interpersonal relationships based on control and power. In most cases, teachers and school authorities do not notice the problem or are not aware of its scale and prefer to distance themselves from what is happening, taking the position of "active observers" [Коданева, 2020]. Cyberbullying extends not only to students (according to studies, from 25 to 75 % of Russian adolescents have the experience as a victim or aggressor), but also to teachers (about 17 % of teachers suffer from cyberbullying by schoolchildren). Aggressive behavior of schoolchildren, as a rule, manifests itself in the form of conscious violations of discipline, complaints, spreading rumors, discussing the appearance and personal life of the teacher, constant criticism and assigning nicknames. It has been proven that victims of bullying suffer from psychological, physical and emotional stress [Бочавер, Хломов, 2013]. In addition, the bully themselves and the eyewitnesses of bullying also experience negative consequences. Boys can become bullying participants in various roles [Cook et al., 2010], but they more often suffer from physical bullying; and girls are more often victims of obscene statements, gossip, etc.[1]

Trolling: publication of messages of a provocative nature in order to provoke a negative reaction from Internet users [Тумский, 2020]. Trolling has no specific purpose other than entertainment, watching the conflict escalate and the victims' emotional reactions. The motivation of trolls can be very diverse, but in adolescents, the desire to create a comic effect and demonstrate rudeness dominates [ibid.]. According to O. Moroz[2], there are studies stating that trolling is gender-specific: people who identify themselves with a particular gender not only formulate pejorative statements in different ways, but also react differently to them. While men follow the principle of removing the "troll" from their communicative field as soon as possible in order to return to their comfort zone and calmness, women regard such behavior as a manifestation of reciprocal aggression and continue communication with the intention of convincing their partner otherwise, which, in turn, is the main goal of the "troll".

Conflict: due to a number of age characteristics, the conflict characterizes the interpersonal communication of adolescents in three areas: adolescent – adult, adolescent – inner world, adolescent – adolescent [Комалова, 2014]. The current study considers the "adolescent – adolescent" option, in which the main motives are competition, the struggle for status in a certain group, conscious opposition to the group and relations between representatives of different genders [Железнова, 2013]. Adolescents go through conflicts very emotionally, sometimes exaggerating their significance, since the worldview of representatives of this age group is full of emotions and expression. Due to the lack of a well-formed ability to substantiate their opinion, they turn to conflicting vocabulary, emotional-evaluative style of statements, which, in their opinion, is a powerful tool of persuasion [ibid.]. When considering gender differences in behavior in the process of conflict, one can find opposing views on this issue in the scientific literature. Thus, for example, A. V. Semyonov believes that girls recognize the conflict situation and show a desire to end it, while boys more often act as conflict initiators [Семёнов, 2002]. According to I. L. Shelekhov and his co-authors, in most cases, girls provoke conflicts and show aggression (meaning indirect aggression); as for boys, they rarely seek conflict situations, but if they participate and enter into a conflict, they lead an open struggle [Шелехов, Морева, Власова, 2007].

Communication related to learning activities: The study was conducted on the basis of adolescents' school chats; in this regard, the focus was on communication forms related to educational activities, such as discussions of homework, upcoming exams and class life in general. Studying takes up a significant part of the time of most adolescents, which is widely and extensively discussed by schoolchildren. One of the stages of the study coincided with the period of distance learning in educational institutions of the city of Moscow[3], which also affected the topics of discussion in chats.

[1] Olweus D., Limber S.P., Flerx V., Mullin N., Riese J., Snyder M. Olweus bullying prevention program. Center City: Hazelden, 2007. URL: https://www.hazelden.org/store/item/9444

[2] Мороз О. Какую роль тролли и хейтеры играют в культуре? // Постнаука. 2017. URL: https://postnauka.ru/video/73919

[3] To help school psychologists and in order to identify the behavioral characteristics of schoolchildren, following the instructions of "Glassoft" LLC, R.K. Potapova developed a special database of special tests designed to identify various psychological states and motivations for the behavior of children in primary and secondary schools. Some examples of tests are given in [Потапова, Потапов, 2022a]. The ultimate goal of this project is to develop a digital platform managed from a single center in Moscow.

Extracurricular activities: due to the topic specificity of chats, extracurricular activities were not a key topic, but were also singled out for analysis: this is a discussion of games and socio-political problems.

RESEARCH METHOD

Sample and empirical base of the study. This study involved 150 people divided into two groups: younger adolescence (11–14 years; 75 people: 38 boys and 37 girls); and older adolescence (15–17 years; 75 people: 36 boys and 39 girls).

The *material* for the study were messages from school chats of adolescents, in the amount of 3088 statements, 738 of which belong to girls of 12 years old, 728 to boys of 12 years old, 874 to girls of 16–17 years old and 748 to boys of 16-17 years old.

During the analysis of the material, a base of statements was created indicating belonging to a particular lexical and topical group (see Tables 1–2); and the frequency of using various types of lexemes was calculated. Each statement (regardless of the total number of lexemes in them) was assigned a rank according to each of the criteria (see Tables 2a-2b). A comparative analysis by age and gender criteria was performed for the results obtained.

Table 2a

RESEARCH MATRIX FOR THE LANGUAGE OF ADOLESCENTS IN THE CONTEXT OF DIGITAL COMMUNICATION
(topics of statements)

Analysis category	Analysis unit	Sample groups, %			
		Girls of 12 y.o.	Boys of 12 y.o.	Girls of 16-17 y.o.	Boys of 16-17 y.o.
Topics of statements	Bullying age-mates	17,07	23,36	2,29	4,81
	Bullying teachers	7,32	4,12	17,39	15,78
	Trolling	9,21	10,99	7,09	10,96
	Conflict	37,40	42,03	10,76	10,43
	Learning activities	21,95	7,14	41,88	30,48
	Extracurricular activities / games	4,07	10,16	5,95	8,29
	Extracurricular activities / society	0	0	3,43	9,36
	Distance learning	2,98	2,20	11,21	9,89
	Total:	100	100	100	100

Table 2b

RESEARCH MATRIX FOR THE LANGUAGE OF ADOLESCENTS IN THE CONTEXT OF DIGITAL COMMUNICATION
(vocabulary, interjections, non-evaluative vocabulary, digital images, memes, signs)

Analysis category	Analysis unit	Sample groups, %			
		Girls of 12 y.o.	Boys of 12 y.o.	Girls of 16-17 y.o.	Boys of 16-17 y.o.
Vocabulary of expression that is not differentiated in terms of meaning	Vocabulary of motivation and activity	2,17	1,37	0,69	0,80
	Slang vocabulary	14,36	28,30	25,86	23,80
	Obscene vocabulary	3,79	13,74	12,58	13,64
	Vocabulary with intensifying meaning	4,06	1,37	3,43	3,74
Vocabulary of negative emotional evaluation	Invectives	6,50	4,94	3,20	1,34
	Vocabulary of destruction and violence	2,44	2,75	1,83	2,14
	Vocabulary of suffering	1,63	1,65	2,06	2,14
	Vocabulary of protest behavior	1,35	0,82	1,38	0,80

Analysis category	Analysis unit	Sample groups, %			
		Girls of 12 y.o.	Boys of 12 y.o.	Girls of 16-17 y.o.	Boys of 16-17 y.o.
Vocabulary of negative rational evaluation		3,25	4,12	2,98	2,41
Vocabulary of positive emotional evaluation		9,49	6,05	6,64	4,01
Vocabulary of positive rational evaluation		2,98	1,92	2,97	4,01
Interjections		4,08	4,67	3,43	5,61
Non-evaluative vocabulary		12,19	8,52	18,08	21,66
Digital images		26,83	14,01	10,76	10,43
Memes		0,54	3,57	3,20	2,67
Signs		4,34	2,20	0,91	0,80
Total:		100	100	100	100

DATA ANALYSIS RESULTS AND DISCUSSION

According to the results of the *thematic scope* of the language of adolescents studied in the context of digital communication, the following results were obtained (see Table 2a). The conflict is the leading theme among younger adolescents, regardless of their biological gender (37.4 % in the group of girls, 42.03 % in the group of boys). This pattern can be explained by 1) the heightened negativism of the studied age, which is especially pronounced in boys; 2) inability to reasonably express one's opinion; and 3) excessive emotionality, which leads to misunderstanding and even to interpersonal conflicts. Bullying is common in this age group. This is due to the fact that the transitional period begins precisely at the age of 13–14: at this time, an adolescent is faced with an increased sense of inferiority and self-doubt, which makes him/her perform various kinds of impulsive actions aimed at humiliating and discriminating others in order to compensate for existing or imaginary defects and shortcomings, without taking into account the possible consequences and responsibility for them [Межевич, 2019]. The topic "extracurricular activities / society" in this age category was not considered, as it was not of great interest to younger adolescents.

Older adolescents, regardless of their biological gender (41.88 % of girls, 30.48 % of boys), are more concerned about the topic of the educational process. First of all, this is due to the specifics of the chats chosen for the study, as well as the fact that this age group is more conscious of the issues of study due to the upcoming exams and admission to higher educational institutions. The least discussed topic among girls and boys of this age was age-mate bullying, which indicates a high degree of awareness, ability to self-control and respect for their mates.

Analysis of the lexical composition of the language of adolescents in the context of digital communication

The first category of analysis is the *vocabulary of expression that is not differentiated in terms of meaning*. In the language of younger and older adolescents, regardless of their gender, slang vocabulary prevails (23.08 %) as a means of demonstrating belonging to a certain group and expressing solidarity with classmates. In the existing sample, the vocabulary of motivation and activity is the least frequent (1.26 %). We believe that this is due to the specifics of the thematic scope of communication in chats and the lexical characteristics of personal correspondence or conversations.

Speaking about gender differences, one can conclude that obscene vocabulary is more often used by boys (13.74 %), which indicates their expressed desire to overcome the ban on the use of words tabooed in culture, express their strong emotions and have a sharp emotional impact on the interlocutor. Girls (3.7%) use vocabulary that enhances expression, which confirms the greater emotionality of female language and its deeper hyperbolization [Земская, Китайгородская, Розанова, 1993; Колпакова, 2018].

Vocabulary of expression that is not differentiated in terms of meaning is typical for younger adolescent boys (44.78%), which is explained by a low level

of language competence, lack of effective interpersonal communication skills and, in part, a sense of disharmony in intrapersonal development.

Comparing the language features of younger and older adolescents, taking into account their gender, it can be noted that expressive vocabulary is more characteristic of older adolescent girls (42.56 %); for groups of boys, the difference in this category is insignificant (2.8 %).

Vocabulary of negative emotional evaluation. The material showed that invectives predominate in the language of adolescent girls (4.85 %), which is explained by a high degree of negativism and emotionality, as well as a lack of mature skills of self-control and tolerance. In most cases, adolescents are driven by a desire to be rude and insult in order to show their superiority and belonging to the adult world [Мухина, 2019]. In the language of adolescent boys, indicators of the vocabulary of destruction and violence prevail (2.44 %), which is a reflection of the desire for destruction and radicalism inherent in this age, as well as the desire to change the usual order of things [ibid.].

Analysis of the lexical group as a whole showed that younger adolescents of both genders (11.04%) use the vocabulary of negative emotional evaluation more often than older adolescents (7.44 %). This vocabulary can be considered an indicator of increased verbal aggression generated by a lack of awareness, a desire to oppose oneself to others and a lack of mature skills of interpersonal communication.

Having studied the groups of vocabulary of negative emotional evaluation and vocabulary of negative rational evaluation, one can conclude that adolescents, regardless of their gender and age, are characterized by increased emotionality and negative evaluations (9.24 %). It is a significant frequency of the vocabulary of a negative evaluation that indicates the manifestation of verbal aggression of adolescents in the context of digital communication.

Comparing the groups of *vocabularies of positive emotional and rational evaluation*, it can be argued that younger and older adolescent girls (8.06 %) and younger adolescent boys (6.05 %) are driven by emotional evaluation, while older adolescent boys are driven by both types of evaluation equally (4.01 %). In addition, it can be said that adolescent girls (5.52 %) are more likely to use vocabulary of positive evaluation than boys (4.15 %).

In the language of older adolescents (19.87 %), *non-evaluative vocabulary* is presented more often than among younger adolescents (10.35 %). At this age, they can already control their emotions and are able to draw logical conclusions, understand and accept the mainstays of society. The leading thematic scope in this group also mainly involves the use of this particular type of vocabulary.

Interjections are more typical for the language of adolescent boys (5.14%). But the difference between all groups in our sample is small, and interjections play an insignificant role in the written language of modern adolescents.

Digital images are more popular with younger adolescent girls (26.83%). These images are often used to convey information by replacing words.

The use of *memes* is most typical for younger adolescent boys (3.57%), who use them to express demonstrative emotions or create a comic effect. This can be explained by the desire of this age group to attract attention, to declare their belonging to a certain group and awareness of its interests and preferences. Older adolescent girls use other types of memes that do not aim to offend or humiliate a person, but rather are a reflection of the situation and moods within the class.

Signs are used more often by younger adolescents (3.27 %) than older ones (0.85 %), especially girls (2.62 %).

CONCLUSION

This study is related to the formation of the specifics of the *social network discourse* (SND) in all its varieties [Potapova, 2015; Потапова, 2017], in this case, a *youth* discourse, and this study also confirms the influence of the features of chats on the style of Internet communication on the whole (e. g., see about Internet stylistics [Тошович, 2015]).

Nowadays, the Internet is one of the main communication platforms for adolescents, whose language is undergoing a certain transformation. The peculiarities of schoolchildren's language suggest hypothetical conclusions about their psychological state, maturity level, ability / inability to maintain a favorable atmosphere within the team, as well as about trending topics of communication of the studied age group. The results obtained make it possible to produce an accurate psychological portrait of adolescents, to modify and improve approaches for the formation of a full individual [Потапова, Потапов, 2022b], to develop methods for countering the *cyber threat* in order to protect the younger generation.

The language of modern schoolchildren reflects certain age patterns and has gender differences: the language of younger adolescents in the context of digital communication is expressive and tends to verbal aggression, while the language of older adolescents is neutral or non-evaluative. Therefore, adolescent boys are more likely to be more expressive and aggressive than girls.

The promising research fields are: 1) a cross-cultural analysis of the degree of similarity or difference in the language of adolescents from various countries in the context of digital communication; 2) an ontogenetic study of the language of adolescents; and 3) extension of the study through inclusion of chats covering other topics.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Подгорная Е. А., Демиденко К. А. Лингвистические характеристики интернет-чатов как вида коммуникации // Концепт. 2014. № 9. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskie-harakteristiki-internet-chatov-kak-vida-kommunikatsii
2. Сорокина М. В. Интернет-общение как особая среда коммуникации // Филологический аспект. 2018. № 11 (43). С. 22–27.
3. Кузина О. В. Экспрессивно-стилистические средства в языке современных электронных СМИ // Балтийский гуманитарный журнал. 2019. № 1(26). С. 93–95. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ekspressivno-stilisticheskie-sredstva-v-yazyke-sovremennyh-elektronnyh-smi
4. Пантеева К. В. Рациональная и эмоциональная оценка : все дело в экспрессивности? // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. № 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ratsionalnaya-i-emotsionalnaya-otsenka-vse-delo-v-ekspressivnosti
5. Закоян Л. М. Выражение агрессии в современном русском и английском языках: на материале американского национального варианта: дис. … кандид. филол. наук. М., 2010.
6. Бельчиков Ю. А. Инвективная лексика в контексте некоторых тенденций в современной русской речевой коммуникации // Филологические науки. 2002. № 4. С. 66–74.
7. Брандес М. П. Стилистика текста. 3-е изд., перераб, и доп. М.: Прогресс-Традиция; ИНФРА-М, 2004.
8. Ягубова М. А. Лексико-семантическое поле «оценка» в разговорной речи: классификация видов оценок // Типы языковых единиц и особенности их функционирования. Саратов: Издательство Саратовского университета, 1993. С. 37–42.
9. Пиотровская Л. А. Эмотивные высказывания как объект лингвистического исследования. Санкт-Петербург: Питер, 2004.
10. Кронгауз М. А. Русский язык на грани нервного срыва. М.: АСТ; CORPUS, 2017.
11. Черепанов И. Ю., Пиценко Т. И. Эмодзи как элементы общения в интернет-пространстве // Мир лингвистики и коммуникации. 2015. Вып. 5 (42). С. 123–128.
12. Потапова Р. К., Потапов В. В. Интернет-меметика как эмоциогенная среда сетевой коммуникации // Известия Российской академии наук. Серия литературы и языка. 2022а. Т. 81. № 2. С. 78–91.
13. Garaigordobil M., Machimbarrena J. M. Victimization and perpetration of bullying/cyberbullying: connections with emotional and behavioral problems and childhood stress // Psychosocial Intervention. 2019. Vol. 28 (2). P. 67–73.
14. Коданева С. И. Кибербуллинг: причины явления и методы предупреждения // Социальные новации и социальные науки. 2020. № 1(1). С. 149–159. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kiberbulling-prichiny-yavleniya-i-metody-preduprezhdeniya
15. Бочавер А. А., Хломов К. Д. Буллинг как объект исследований и культурный феномен // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2013. № 3. С. 149–159.
16. Cook C. R. et al. Predictors of bullying and victimization in childhood and adolescence: a meta-analytic investigation / C. R. Cook, K. R. Williams, N. G. Guerra, T. E. Kim, Sh. Sadek // School Psychology Quarterly. 2010. Vol. 25 (2). P. 65–83.
17. Тумский С. В. Троллинг как форма провокации в интернет-пространстве // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2020. № 5(125). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/trolling-kak-forma-provokatsii-v-internet-prostranstve
18. Комалова Л. Р. Репертуар вербальной реализации ответной агрессии в ситуациях статусно-ролевой асимметрии // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2014. Вып. 9 (695). С. 104–116.
19. Железнова И. В. Изучение проблемы конфликтов в подростковом возрасте // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2013. № 2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-problemy-konfliktov-v-podrostkovom-vozraste
20. Семёнов А. В. Половозрастные различия и динамика представлений подростков в конфликтах: автореф. дис. … канд. психол. наук. М., 2002.
21. Шелехов И. Л., Морева С. А., Власова Н. В. Гендерные роли и стереотипы // Наука и образование: материалы конференции: в 6 т. 2007. С. 200–204.
22. Межевич С. М. Буллинг по отношению к учителям как новый вид организационного конфликта // Наука и образование сегодня. 2019. № 6-1 (41). С. 115–117.
23. Земская Е. А., Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. Особенности мужской и женской речи // Русский язык в его функционировании: коммуникативно-прагматический аспект / отв. ред. Е. А. Земская, Д. Н. Шмелев. М.: Наука, 1993. С. 90–136.

24. Колпакова Л. В. Проявление гендерной специфики эмоциональной сферы личности в языке // Вестник ТГПУ. 2018. № 6 (195). С. 62–67. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/proyavlenie-gendernoy-spetsifiki-emotsionalnoy-sfery-lichnosti-v-yazyke
25. Мухина В. С. Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество. 4-е изд., стереотип. М.: Академия, 2019.
26. Potapova R. From deprivation to aggression : verbal and non-verbal social network communication // Global Science and Innovation: materials of the VI International Scientific Conference. Chicago 2015. Vol. 1. P. 129–137.
27. Потапова Р. К. Депривация как базовый механизм вербального и паравербального поведения человека (на материале социально-сетевой коммуникации) // Речевая коммуникация в информационном пространстве / отв. ред. Р. К. Потапова. М: ЛЕНАНД, 2017. С. 17–36.
28. Тошович Б. Интернет-стилистика. М.: ФЛИНТА: Наука, 2015.
29. Потапова Р.К., Потапов В.В. Аддитивная трансформация личности в эпоху цифровой коммуникации // Речевая коммуникация в сетевых структурах: между глобальным и локальным: сборник научных трудов / отв. ред. В. В. Потапов, Е.А. Казак. М.: ИНИОН РАН, 2022b. С. 5–27.

REFERENCES

1. Podgornaya, E., Demidenko, Ks. (2014). Linguistic characteristics of Internet chats as a type of communication. Konzept, 9. https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskie-harakteristiki-internet-chatov-kak-vida-kommunikatsii
2. Sorokina, M. V. (2018). Internet-obshchenije kak osobaja sreda kommunikacii = Internet communication as a special communication environment. Filologicheskij aspekt, 11(43), 22–27. (In Russ.)
3. Cousina, O. V. (2019). Expressive stylistic means in the language of modern electronic media. Baltic Humanitarian Journal, 8, 1(26), 93–95. https://cyberleninka.ru/article/n/ekspressivno-stilisticheskie-sredstva-v-yazyke-sovremennyh-elektronnyh -smi
4. Panteeva, Ks. V. (2020). Rational and emotional evaluation: is it all about expressiveness? Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 18(3). https://cyberleninka.ru/article/n/ratsionalnaya-i-emotsionalnaya-otsenka-vse-delo-v-ekspressivnosti
5. Zakoyan, L. M. (2010). Vyrazhenije agressii v sovremennom russkom i anglijskom jazykakh: na materiale amerikanskogo nacional'nogo varianta = Expression of aggression in modern Russian and English: on the material of the American national version: PhD in Philology. Moscow. (In Russ.)
6. Bel'chikov, Yu. A. (2002). Invektivnaja leksika v kontekste nekotorykh tendentsij v sovremennoj russkoj rechevoj kommunikatsii = Invective vocabulary in the context of some trends in modern Russian speech communication. Filologicheskije nauki, 4, 66–74. (In Russ.)
7. Brandes, M. P. (2004). Stilistika teksta = Text style. 3rd ed. Moscow: Progress-Traditsija; INFRA-M. (In Russ.)
8. Yagubova, M. A. (1993). Leksiko-semanticheskoje pole «otsenka» v razgovornoj rechi: klassifikatsija vidov otsenok = Lexico-semantic field "assessment" in colloquial speech: classification of types of assessments. Tipy jazykovykh jedinits i osobennosti ikh funktsionirovanija (pp. 37–42). Saratov: Izdatel'stvo Saratovskogo universiteta. (In Russ.)
9. Piotrovskaya, L.A. (2004). Emotivnyje vyskazyvanija kak ob"jekt lingvisticheskogo issledovanija = Emotive statements as an object of linguistic research. St. Peterburg: Piter. (In Russ.)
10. Krongauz, M. A. (2017). Russkij jazyk na grani nervnogo sryva = The Russian language is on the verge of a nervous breakdown. Moscow: AST; CORPUS. (In Russ.)
11. Cherepanova, I. Yu., Pitsenko, T. I. (2015). Emogi as the elements of Internet communication. World of Linguistics and Communication, 5(42), 123–128. (In Russ.)
12. Potapova, R. K., Potapov, V. V. (2022a). Internet Memetics as an Emotiogenic Environment of the Network Communication. Izvestija Rossijskoj akademii nauk. Serija literatury i jazyka, 81(2), 78–91. (In Russ.)
13. Garaigordobil, M., Machimbarrena, J.M. (2019). Victimization and perpetration of bullying/cyberbullying: connections with emotional and behavioral problems and childhood stress. Psychosocial Intervention, 28(2), 67–73.
14. Kodaneva, S. I. (2020). Kiberbulling: prichiny javlenija i metody preduprezhdenija = Cyberbullying: Causes of the Phenomenon and Prevention Methods. Social'nye novacii i social'nye nauki, 1(1), 149–159. https://cyberleninka.ru/article/n/kiberbulling-prichiny-yavleniya-i-metody-preduprezhdeniya
15. Bochaver, A. A., Khlomov, K. D. (2013). Bullying as an research object and a cultural phenomenon. Psychology. Journal of the Higher School of Economics, 3, 149–159. (In Russ.)
16. Cook, C. R., Williams, K. R., Guerra, N. G., Kim, T. E., Sadek, Sh. (2010). Predictors of bullying and victimization in childhood and adolescence: a meta-analytic investigation. School Psychology Quarterly, 25(2), 65–83.
17. Tumskiy, S. V. (2020). Trolling as a form of provocation on the Internet Izvestiâ Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo èkonomičeskogo universiteta, 5(125). https://cyberleninka.ru/article/n/trolling-kak-forma-provokatsii-v-internet -prostranstve
18. Komalova, L. R. (2014). Repertory of verbal realization of reciprocal aggression in situations of status-role asymmetry. Vestnik of Moscow state Linguistic University, 9(695), 104–116. (In Russ.)

19. Zheleznova, I. V. (2013). Izuchenie problemy konfliktov v podrostkovom vozraste = Exploring the problem of conflict in adolescence. In Aktual'nye problemy gumanitarnyh i estestvennyh nauk, 2. https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-problemy-konfliktov-v-podrostkovom-vozraste
20. Semyonov, A. V. (2002). Polovozrastnyje razlichija i dinamika predstavlenij podrostkov v konfliktakh = Gender and age differences and the dynamics of the representations of adolescents in conflicts: abstract of PhD in Philology. Moscow. (In Russ.)
21. Shelekhov, I. L., Moreva, S. A., Vlasova, N. V. (2007). Gendernyje roli i stereotipy = Gender roles and stereotypes. Nauka i obrazovanije: materialy konferentsii (pp. 200–204): v 6 tomakh. (In Russ.)
22. Mezhevich, S. M. (2019). Bulling po otnosheniju k uchiteljam kak novyj vid organizatsionnogo konflikta = Bullying in relation to teachers as a new type of organizational conflict. Nauka i obrazovanije segodnja, 6-1(41), 115–117. (In Russ.)
23. Zemskaya, Ye. A., Kitaygorodskaya, M. V., Rozanova, N. N. (1993). Osobennosti muzhskoj i zhenskoj rechi = Features of male and female speech. Russkij jazyk v jego funktsionirovanii: kommunikativno-pragmaticheskij aspekt / otv. red. Ye. A. Zemskaya, D. N. Shmelev (pp. 90–136). Moscow: Nauka. (In Russ.)
24. Kolpakova, L. V. (2018). The manifestation of gender specificity of the emotional sphere in the language. TSPU Bulletin, 6(195), 62–67. https://cyberleninka.ru/article/n/proyavlenie-gendernoy-spetsifiki-emotsionalnoy-sfery-lichnosti-v-yazyke
25. Mukhina, V. S. (2019). Vozrastnaja psikhologija: fenomenologija razvitija, detstvo, otrochestvo = Developmental psychology: developmental phenomenology, childhood, adolescence. 4th ed. Moscow: Akademija. (In Russ.)
26. Potapova, R. (2015). From deprivation to aggression : verbal and non-verbal social network communication. In Global Science and Innovation (vol. 1, pp. 129–137): materials of the VI International Scientific Conference. Chicago.
27. Potapova, R. K. (2017). Deprivacija kak bazovyj mehanizm verbal'nogo i paraverbal'nogo povedenija cheloveka (na materiale social'no-setevoj kommunikacii) = Deprivation as a basic mechanism of verbal and paraverbal human behavior (based on Social Network Communication). In Potapova, R. K. (ed.), Rechevaja kommunikacija v informacionnom prostranstve (pp. 17–36). Moscow: LENAND.
28. Toshovich, B. (2015). Internet-stilistika = Internet stylistics. Moscow: FLINTA: Nauka. (In Russ.)
29. Potapova, R. K., Potapov, V. V. (2022b). Additivnaja transformatsija lichnosti v epokhu tsifrovoj kommunikatsii = Additive transformation of personality in the era of digital communication. In Potapov, V. V., Kazak, Ye. A. (eds.), Rechevaja kommunikatsija v setevykh strukturakh: mezhdu global'nym i lokal'nym (pp. 5–27): collection of papers. Moscow: INION RAN. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Потапова Родмонга Кондратьевна

доктор филологических наук, профессор
действительный член Международной академии информатизации, директор Института прикладной и математической лингвистики Московского государственного лингвистического университета

Потапов Всеволод Викторович

доктор филологических наук,
старший научный сотрудник Учебно-научного компьютерного центра филологического факультета Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова

Уманская Полина Андреевна

магистрант кафедры прикладной и экспериментальной лингвистики факультета английского языка Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Potapova Rodmonga Kondratyevna

Doctor of Philology (Dr. habil.), Professor, Full Member of the International Informatization Academy
Director of Institute for Applied and Mathematical Linguistics of Moscow State Linguistic University

Potapov Vsevolod Viktorovich

Doctor of Philology (Dr. habil.),
Senior Researcher of the Centre of New Technologies for Humanities,
Philological Faculty, Lomonosov Moscow State University

Umanskaia Polina Andreevna

Master's Student of the Department for Applied and Experimental Linguistics
Faculty of the English Language, Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию	12.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	10.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 81'42
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_112

Политическая коммуникация в США в поле исторической дискурсологии

И. К. Сескутова

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
Seskutova@bk.ru

Аннотация. Автор рассматривает перспективы обращения к инструментарию исторической дискурсологии при изучении американской президентской коммуникативной культуры. Показано, что эвфемия играет значимую конститутивную роль и используется как ведущая когнитивная стратегия в основе построения политического публичного выступления. Интенсивное прагма-эмоциональное воздействие на адресата обеспечивается посредством политропного контекста и контекста развернутой метафоры, которые квалифицируются в статье как инвариантная характеристика дискурса американских президентов.

Ключевые слова: политическая коммуникация, историческая дискурсология, текстовая культура, интенция, эвфемизация, политропный контекст, контекст развернутой метафоры

Для цитирования: Сескутова И. К. Политическая коммуникация в США в поле исторической дискурсологии // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 112–118. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_112

Original article

Political Communication in the USA in the Field of Historical Discourse Studies

Irina K. Seskutova

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
Seskutova@bk.ru

Abstract. The author considers the prospects for turning to the tools of historical discourse studies while examining American presidential communicative culture. It is argued that euphemisation plays a constitutive role and is used as a leading cognitive strategy in constructing a political public speech. An intense pragma-emotional impact on the addressee is provided by the polytropic character of context and extended metaphor, viewed as an invariant characteristic of American presidential discourse.

Keywords: political communication, historical discourse studies, textual culture, intention, euphemisation, polytropic complexity of context, extended metaphor context

For citation: Seskutova, I. K. (2023). Political Communication in the USA in the Field of Historical Discourse Studies. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 112–118. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_112

Прошедшее надо знать не потому, что оно прошло, а потому, что, уходя, оно не умело убрать своих последствий.

В. О. Ключевский

История учит даже тех, кто у нее не учится; она их проучивает за невежество и пренебрежение.

В. О. Ключевский

ВВЕДЕНИЕ

Предлагаемая вниманию читателей научная статья содержит рассуждения автора о перспективах изучения политической коммуникации в США, американского президентского дискурса, в частности, с позиций исторической дискурсологии. Как известно, любой текст передает человеческий опыт. Как и произведения искусства, тексты направляют нам послания, они полны тайн и сюрпризов. Тексты умеют говорить, надо только прислушаться к ним. А разве можно постичь то, чего не понимаешь? Всё это делает работу с текстом сложной и многообразной, а исследователю необходимы чутье, знание и терпение.

Обращение к исторической дискурсологии ставит перед специалистом ряд вопросов.

- Какое место занимает историческая дискурсология в системе лингвистического знания?
- Целесообразно ли использовать инструментарий аналитической дискурсологии для углубленного проникновения в сущность динамической природы политической коммуникации?
- В чем могут состоять особенности методологического аппарата исторического ракурса изучения текстов инаугурационных речей президентов США?
- Какие дискурсивные стратегии можно применить для более детального изучения характера эволюции президентской коммуникативной культуры на основе, например, анализа лингвопрагматической составляющей дискурсивно-текстовых явлений?

Эти и другие вопросы требуют внимания исследователей и ответы на некоторые из них мы постараемся предложить в настоящей статье.

В качестве эмпирического материала были выбраны тексты шести инаугурационных речей президентов США за период с 2001 года по 2021 год – инаугурационные обращения президентов Джорджа Уокера Буша, Барака Хуссейна Обамы II, Дональда Джона Трампа и Джозефа Робинетта Байдена-младшего. Выбор материала обусловлен тем, что на протяжении двух с половиной столетий инаугурационная речь является объективной формой, фиксирующей и определяющей состояние текстовой политической культуры США, представляя любопытный исследовательский материал. Суммарный массив текста исследования составляет более 10 200 словоупотреблений.

Анализ инаугурационных обращений выполнен в русле дискурсивно-интерпретационного анализа в тесной увязке с экстралингвистическими факторами и дополнен принципом историзма.

Цель сравнительного анализа отобранных текстовых материалов – описать и систематизировать инвариантные и маркированные эволюционным развитием страны языковые средства репрезентации релевантного знания, уточнить векторы эволюционных дискурсивных практик, а также дать характеристику стилистической значимости данного явления.

Гипотеза нашего исследования состоит в том, что конститутивный аппарат исторической дискурсологии применим и может быть плодотворно использован для анализа интенциональных дискурсивных практик американского социума. Данное обстоятельство выводит изучение рассматриваемой темы на новый, актуальный и интересный с научной точки зрения ракурс. Если рассмотрение дискурсивно-текстового материала инаугурационных обращений президентов США по-прежнему находится в фокусе внимания экспертного сообщества как важное звено в постижении системы ценностей англоязычного социума, то изучение этих текстов в динамике может привести к новым содержательным выводам. Как известно, время стирает подробности, но позволяет увидеть пространство происходящего в укрупненном виде, в том, что обычно называется «причинно-следственные связи». Таким образом, изучение текстовых произведений с «превалированием функции воздействия над функцией сообщения» [Сескутова, 2016, с. 57] в эволюционном ключе может расширить наши представления о феномене вербальной манипуляции и ее интенсивном прагма-эмоциональном воздействии на адресата.

ЛИНИЯ ВРЕМЕНИ

Чтобы понять будущее, стоит обратиться в прошлое, пусть и недалекое прошлое. Чтобы строить свою судьбу и быть человеком впередсмотрящим, надо обратиться к историческому знанию. Мы живем внутри истории, мы все и каждый из нас находимся внутри сложной и очень непростой коллективной истории людей, формирующей общества и определяющей линию времени [Ключевский, 1988; Миркин, 2023]. Чтобы создать население с развитой фантазией, умеющее извлекать знание из опыта, из самой

жизни, нам следует жить вековой жизнью обществ, а не одним моментом. Человеку впередсмотрящему, изучающему и пытающемуся понять, как устроен мир, в чем логика истории и как «видеть» не только факты, но и смыслы, стоит ближе присмотреться к интенциональным дискурсивным практикам в политической культуре в США и задуматься.

Кто из американских президентов внес вклад в коллективную память американского социума, дав образец текстовой культуры на все времена? Кто из американских лидеров, по своему статусу влиял на умы, искал в истории не только факты, но и смыслы? Как добиться риторической действенности и поворачивать умы, укоренять идеи, лепить страну, мир? И еще: какой прогноз можем мы сегодня извлечь из анализа дискурсивно-текстовой культуры американского президентского нарратива в эволюционной перспективе?

Ответов на эти вопросы может быть много. Политолог найдет одни, культуролог или историк – другие. Если же посмотреть системно и в фокус исследовательского интереса выдвинуть изучение дискурсивных практик в лингвопрагматическом и коммуникативно-стилистическом ключе, то можно предложить нижеследующее объяснение.

ИСТОРИЧЕСКАЯ ДИСКУРСОЛОГИЯ КАК МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

За последние десятилетия развитие дискурсологии как магистрального направления современной коммуникативной лингвистики стремительно набирает обороты, например, работы В. И. Карасика (2016), А. А. Негрышева (2014). Даже беглый просмотр тематик докладов последних научных конференций свидетельствует о большой притягательной силе дискурсивных исследований в современной лингвистической парадигме. Безусловно, в англистике мы наблюдаем похожие тенденции.

В современной лингвистической науке дискурсивный подход как изучение «речи, погруженной в жизнь» актуален и востребован во всех жанрах, тем более для изучения политической коммуникации в эпоху речевого манипулирования общественным мнением. Политический дискурс, президентский дискурс как медиатор диалога различных государств, играет всё более важную роль в современном социально-политическом поле. Новые тенденции в развитии международных отношений неизбежно приводят к трансформации коммуникативных практик, к превалированию оценочных суждений и транслированию эмоционально-оценочного вúдения действительности в ущерб объективному представлению реальности.

В осмыслении дискурсивной темы накоплен большой опыт. Согласно мнению многих авторов, дискурс всегда привязан к конкретному времени и локусу, а языковые особенности дискурса социально обусловлены и находятся в зависимости от социальной роли человека в этом обществе [Кубрякова, 2004; Степанов, 1995].

Для целей написания настоящей статьи важно подчеркнуть, что с онтологической точки зрения деятельность всегда целенаправленна, а дискурсивная модель мира предполагает рассмотрение дискурса как высказывание, которое существует внутри актуального события и основывается на прагматической интенции на проговаривание с учетом измерения времени. «Для дискурса способом присутствия является акт, инстанция (Бенвенист), которая как таковая имеет природу события. Изречение есть актуальное событие» [Рикёр, 2008, с. 145]. Изучение феномена дискурсивной картины мира в соотнесенности с социальным устройством общества подчеркивает динамический характер дискурсивной модели мира, располагающей открытой системой понятий, которая, в свою очередь, формируется под влиянием дискурсивных практик, оказывая влияние на их интенциональность [Мельник, Шемонаев, 2019].

Следуя канве наших рассуждений считаем логичным предположить, что в сегодняшних условиях приобретает весомую объяснительную силу историческая дискурсология как изучение изменений в речевой деятельности общества, обусловленных социально-экономическим взаимодействием. Категориальный аппарат этого относительно нового направления лингвистической науки позволяет исследователю не только «выйти за рамки» изучения языка как автономной системы, но, и это главное, выявить стратегические векторы развития дискурсивно-текстовой культуры конкретного социума в эволюционной перспективе.

Мы солидарны с мнением экспертов в том, что методика анализа дискурса как вербализируемого общения закономерно «обогащается историческим подходом, позволяющим осветить основные закономерности развития коммуникативной функции языка и раскрыть динамическую природу человеческой коммуникации» [Историческая динамика дискурсивных практик, 2017, с. 6]. Несмотря на появившиеся в последние годы исследования, ориентированные на изучение теоретических и прикладных аспектов дискурса, «получение новых сведений о характере развития коммуникативной культуры на основе анализа дискурсивно-текстовых явлений в диахроническом аспекте» [там же] по-прежнему остается проблемным и актуальным.

АНАЛИЗ ТЕКСТОВОГО МАТЕРИАЛА

Массив материала исследования составил шесть инаугурационных речей американских президентов за последние двадцать лет (с 2001 года по 2021 год), отобранных как образцовые примеры коммуникации, передающих реальное время и локус и направленных на широкую аудиторию[1].

Исходя из целей настоящего исследования и коммуникативно-стилистического ракурса рассмотрения политического дискурса нами было выбрано явление эвфемии, представляющее интерес в современной лингвистике не только и не столько с позиции лексикографии, сколько с позиции лингвопрагматики [Зверева, 2017]. Мы солидарны с мнением экспертов, что в последние десятилетия процесс образования эвфемизмов протекает с растущей интенсивностью. Эвфемизмы, под которыми традиционно понимают немаркированные нейтральные слова или выражения, употребляемые вместо синонимичных им языковых единиц, представляющихся говорящему грубыми или нетактичными [Гальперин, 2012], получают широкое распространение в различных сферах речевой деятельности, в первую очередь в сфере политики, дипломатии, ораторского искусства, где употребление эвфемизмов носит условно-обязательный характер [Ларин, 1961]. Набирают популярность и компаративные исследования политических эвфемизмов [Mugair, 2014].

В настоящей статье эвфемизмы рассматриваются как дискурсивные единицы, выбор и распределение которых в тексте обусловлены функциональностью политической коммуникации.

Для более детального рассмотрения эмпирического материала был применен параметрический критерий как метод статистического вывода на основе расчета по выборочным данным. Использование параметрического метода в современных лингвистических исследованиях хорошо зарекомендовало себя [Зыкова, 2021]. Дополнив параметрический анализ методом историзма и методом когнитивно-дискурсивной интерпретации, мы пришли к любопытным наблюдениям и выводам.

Во-первых, эвфемия играет значимую роль и используется в современном политическом дискурсе не только как средство воздействия на аудиторию, но и как ведущая когнитивная стратегия в основе построения политического публичного выступления.

В инаугурационных обращениях президентов США выявлено превалирование семи групп эвфемизмов, характеризующих способы номинации релевантных явлений и событий в американской дискурсивно-текстовой культуре, а именно:

1) политические эвфемизмы: *a servant of freedom, politics can afford to be petty, swiftest advance of freedom, challenges of life in a free society, ownership society* (Дж. Буш); *strangled our politics, to restore vital trust between people and government* (Б. Обама); *transferring power from Washington D.C.* (Д. Трамп); *red against blue, facts are manipulated and manufactured* (Дж. Байден);
2) морально-этические эвфемизмы: *The ambitions of some Americans are limited, Americans in need, pains of poverty, rulers of outlaw regimes, leaders of governments with long habits of control, abandon the habits of racism* (Дж. Буш); *differences of birth or wealth or fraction, people of poor nations, those suffering outside our borders, every willing heart, America is a friend of each nation* (Б. Обама);
3) эвфемизмы, обозначающие социально тревожные явления: *needs and hurts are so deep, a day of fire, jailed dissidents, life is fragile, victims of a disaster* (Дж. Буш); *starved bodies and hungry minds, our darkest hours, the snow was stained with blood, perils we can scarcely imagine, winter of hardship* (Б. Обама); *virus has taken many lives, to right the wrongs, deadly virus* (Дж. Байден);
4) военные эвфемизмы: *hard-earned peace in Afghanistan, bitters of civil war, fallen heroes, strength or arms, our brave men and women in uniform, flames of battle* (Б. Обама); *great men and women of military and law enforcement* (Д. Трамп);
5) экономические эвфемизмы: *we remain the most prosperous, powerful nation in the world, economy calls for action, a retirement that is dignified, those of us who manage public dollars* (Б. Обама), *Make America Great Again, buy American and hire American, we will seek friendship and goodwill with the nations of the world* (Д. Трамп);
6) религиозные эвфемизмы: *God moves and chooses, a just God* (Дж. Буш); *the God-given promise, God calls on us, God's grace upon us, God bless you and God bless the United States of America, freedom is a gift from God, an oath to God and country* (Б. Обама);
7) эвфемизмы, обозначающие влияние государства на жизнь людей и встречающиеся преимущественно в первом обращении Дж. Буша-мл.: *Nation has sometimes halted and sometimes delayed, children at risk, failures of love, the vulnerable will suffer the most.*

Эвфемизмы первых шести групп наиболее частотны, встречаются во всех шести инаугурационных речах и рассматриваются нами как *инвариантные параметры американской президентской коммуникации.*

[1] The American Presidency Project. URL: https://www.presidency.ucsb.edu/documents/app-categories/spoken-addresses-and-remarks/presidential/inaugural-addresses (дата обращения: 28.02.2023).

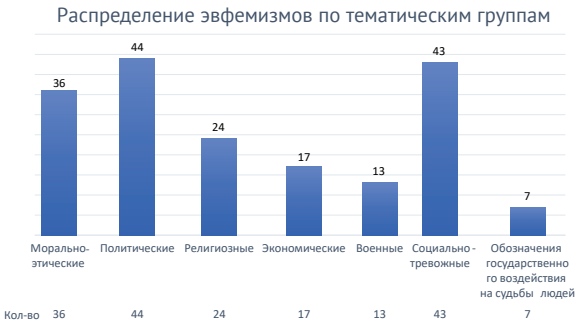


Рис. 1. Распределение эвфемизмов по тематическим группам

Другие категории, такие как военные, экономические эвфемизмы, менее частотны, преимущественно актуализируются в инаугурационных речах, произнесенных в турбулентное время, и занимают «*пограничное*» *положение* на шкале инвариантно-вариантное. Одна категория (эвфемизмы, обозначающие влияние государства на жизнь людей) была представлена только в одной инаугурационной речи и квалифицируется в нашем анализе как *вариативный параметр президентской коммуникации*.

На диаграмме представлены результаты распределения эвфемизмов по тематическим группам в абсолютных величинах (см. рис. 1).

Таким образом, содержательно анализируемый материал характеризуется следующим набором ценностно маркированных конститутивных единиц:

- политические эвфемизмы (44 словоупотребления, или 23,9 %)
- эвфемизмы, обозначающие социально-тревожные явления (43 словоупотребления, или 23,4 %)
- морально-этические эвфемизмы (36 словоупотреблений, или 19,6 %).
- религиозные эвфемизмы (24 словоупотребления, или 13 %)
- экономические эвфемизмы (17 словоупотреблений, или 9,2 %)
- военные эвфемизмы (13 словоупотреблений, или 7 %)
- эвфемизмы, обозначающие государственное влияние на жизнь людей (7 словоупотреблений, или 3,8 %).

По персоналиям президентов показатели распределились следующим образом (рис. 2–5).

Во-вторых, для раскрытия ценностного смысла, заключенного в высказывании, мы обратились к анализу реализаций дискурсивных практик с опорой на языковые единицы разной структурной протяженности в коммуникативно-стилистическом ключе. В ходе анализа было отмечено несколько разновидностей стилистически маркированного контекста рассматриваемых текстов, что подчеркивает прагматичность президентских обращений. Инвариантной характеристикой анализируемого дискурса следует назвать политропный контекст и контекст развернутой метафоры.

Пример из речи Дж. Буша-младшего показывает использование одновременно нескольких тропов в одной и той же языковой конфигурации:

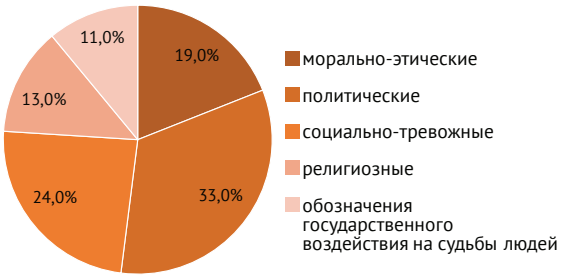


Рис. 2. Распределение эвфемизмов по тематическим группам в обращениях Дж. Буша-младшего

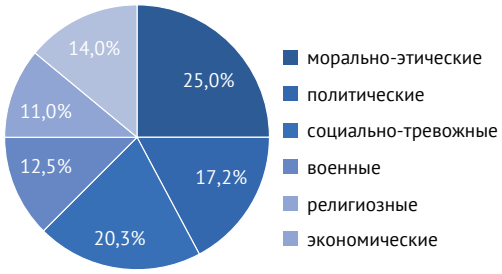


Рис. 3. Распределение эвфемизмов по тематическим группам в обращениях Б. Обамы

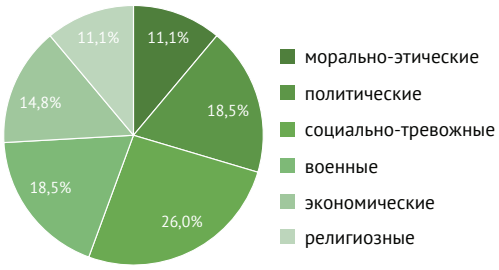


Рис. 4. Распределение эвфемизмов по тематическим группам в обращениях Д. Трампа

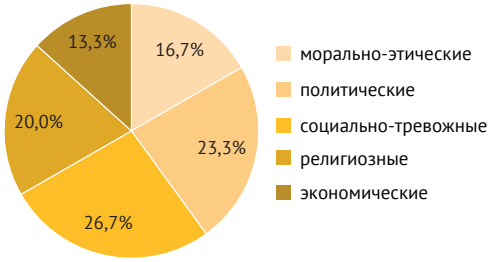


Рис. 5. Распределение эвфемизмов по тематическим группам в обращениях Дж. Байдена

> By our efforts, we have *lit a fire* as well – *a fire in the minds* of men. *It warms those who feel* its power, *it burns those who fight* its progress, and one day this *untamed fire of freedom* will reach *the darkest corners of our world*.

Данный пример строится вокруг персонификации сил природы на фоне метафоры «огня», который может «согреть» (помочь или спасти), «сжечь» (уничтожить), который вездесущ и может «достичь самых темных уголков нашего мира», символизируя распространение прав и свобод человека по всему земному шару.

Контекст развернутой метафоры можно проиллюстрировать на примере из речи Дж. Байдена.

> But *the American story* depends *not on any one of us, not on some of us, but on all of us…A story* that might *sound like a song* that means a lot to me…*A story of decency and dignity, love and healing, greatness and goodness*. May this be the *story* that guides us. The story that inspires us. And *the story that tells ages yet to come* that we answered *the call of history*, we *met the moment*.

Фрагмент демонстрирует развернутую конструкцию, в которой происходит преобразование одного из его элементов в автономную единицу с семантической разветвленностью ее содержания, которая является одновременно стилистическим приемом – развернутой метафорой. «Новый мир» должен прийти и стать «другом и освободителем старого». Президент Байден подчеркивает, что его поколение не является «автором данной истории». Предшествующие поколения американцев «ответственны» за избранный путь развития. Отсылки к американской истории выдержаны на протяжении всего обращения. Образуя фреймовую структуру, они символизируют американское видение политического пространства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог проведенному анализу, важно подчеркнуть, что в целом применение дискурсивно-функциональной концепции, обогащенной принципом историзма, оказалось плодотворным.

Эвфемизмы как единицы языка и культуры обладают неоспоримым прагматическим потенциалом. Эвфемия играет значимую конститутивную роль в современном политическом дискурсе не только как средство воздействия на аудиторию, но и как ведущая когнитивная стратегия в основе построения политического публичного выступления, обнаруживая как инвариантные, так и вариативные характеристики американской политической коммуникации.

Коммуникативно-стилистический ракурс анализа эмпирического материала заострил внимание на преимущественно канонической инвариантной сущности американского президентского дискурса, высветив политропный контекст и контекст развернутой метафоры как ведущие принципы организации дискурса.

Проведенный анализ указал на новые векторы исследования. Из наиболее значимых следует назвать изучение стратегий интерпретации стилистически релевантных явлений в эволюционном ключе.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Сескутова И. К. Тексты массмедиа в условиях мультимедийного восприятия // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Языкознание. 2016. № 19 (758). С. 55–62.
2. Ключевский В. О. Письма. Дневники. Афоризмы. Собрание сочинений, Т.III. М.: Мысль, 1988.
3. Миркин Я. М. Краткая история российских стрессов. Модели коллективного и личного поведения в России за 300 лет. М.: АСТ, 2023.
4. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке. Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Языки славянской культуры, 2004.
5. Степанов Ю. С. Изменчивый образ языка в науке XX века // Язык и наука XX века. М., Российский государственный гуманитарный университет, 1995. С. 10–35.
6. Рикёр П. Конфликт интерпретаций: Очерки о герменевтике. М.: Академический проект, 2008.
7. Мельник А. В., Шемонаев Т. И. Дискурсивная картина мира: онтологический анализ // Известия Уральского федерального университета. Серия 3. Общественные науки. 2019. Т. 14. № 2 (188). С. 5–13.
8. Историческая динамика дискурсивных практик: коллективная монография / науч. ред. Кочетова Л. А., Ильинова Е. Ю. Волгоград: Волгоградский государственный университет, 2017.
9. Зверева М. И. История изучения эвфемизмов в отечественной и зарубежной лингвистике // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2017. № 12 (78): в 4 ч. Ч. 4. С. 86–90.
10. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка: Опыт систематизации выразительных средств. М.: Либроком, 2012.

11. Ларин Б. А. Об эвфемизмах // Проблемы языкознания: сб. ст. / ред. Б. А. Ларин. Л.: Издательство Ленинградского университета, 1961. С. 101–114.
12. Mugair S. K. A Comparative Study of Euphemism and Dysphemism in English and Arabic with Special Reference to Political Discourse // Journal of Advances in Linguistics. 2014. № 1. P. 259–268.
13. Зыкова И. В. Интердискурсивные параметры лингвокреативности (на материале кинодискурса) // Критика и семиотика. 2021. № 2. С. 11–29.

REFERENCES

1. Seskutova, I. K. (2016). Perception of Multimedia Messages and Effects. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Linguistics, 19 (758), 55–62. (In Russ.)
2. Klyuchevskij, V. O. (1988). Pis'ma. Dnevniki. Aforizmy = Letters. Diaries. Aphorisms. Collection of papers, vol. III. Moscow: Mysl'. (In Russ.)
3. Mirkin, Ya. M. (2023). Kratkaya istoriya rossijskikh stressov. Modeli kollektivnogo i lichnogo povedeniya v Rossii za 300 let. A Brief History of Russian Stresses. Models of collective and personal behavior in Russia for 300 years. Moscow: AST. (In Russ.)
4. Kubryakova, E. S. (2004). Yazyk i znanie: Na puti polucheniya znanij o yazyke. Chasti rechi s kognitivnoj tochki zreniya. Rol' yazyka v poznanii mira = Language and knowledge: On the way to gaining knowledge about the language. Parts of speech from a cognitive point of view. The role of language in the knowledge of the world. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury. (In Russ.)
5. Stepanov, Yu.S. (1995). Izmenchivyj obraz yazyka v nauke XX veka = The changing image of language in the science of the twentieth century // Language and science of the twentieth century // Yazyk i nauka XX veka = Language and science of the twentieth century. Moscow: Rossijskij gosudarstvennyj gumanitarnyj universitet. P. 10–35. (In Russ.)
6. Rikyor, P. (2008). Konflikt interpretacij: Ocherki o germenevtike = Conflict of Interpretations: Essays on Hermeneutics. Moscow: Akademicheskij proekt. (In Russ.)
7. Melnik, A. V., Shemonaev, T. I. (2019). Discourse Picture of the World: Ontological Analysis. Izvestia Ural federal university journal. Series 3. Social and political sciences, 14, 2(188), 5–13. (In Russ.)
8. Kochetova, L. A., Il'inova, E. Yu. (Eds.). (2017). Istoricheskaya dinamika diskursivnykh praktik = Historical dynamics of discursive practices: a collective monograph. Volgograd : Volgogradskij gosudarstvennyj universitet. (In Russ.)
9. Zvereva, M. I. (2017). History of the Study of Euphemisms in Domestic and Foreign Linguistics. Philology. Theory and Practice, 12(78), 4, 86–90. Tambov: Gramota. (In Russ.)
10. Galperin, I. R. (2012). English Stylistics. Ocherki po stilistike anglijskogo yazyka: Opyt sistematizacii vyrazitelnykh sredstv. Moscow: Librokom. (In Russ.)
11. Larin, B. A. (1961). Ob ehvfemizmakh = About euphemisms. In Larin, B. A. (ed.), Problems of linguistics (pp. 101–114): collection of articles. Leningrad: Izdatelstvo Leningradskogo universiteta. (In Russ.)
12. Mugair, S. K. (2014). A Comparative Study of Euphemism and Dysphemism in English and Arabic with Special Reference to Political Discourse. Journal of Advances in Linguistics, 1, 259–268.
13. Zykova, I. V. (2021). Interdiscursive Parameters of Linguistic Creativity (the case study of cinematic discourse). Critique and Semiotics, 2, 11–29. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Сескутова Ирина Константиновна

кандидат филологических наук, доцент
доцент кафедры стилистики английского языка факультета английского языка
Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Seskutova Irina Konstantinovna

PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor at the Department of Stylistics of the English Language, Faculty of the English Language, Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию	27.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	14.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 81.42+811.11
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_119

Типология и коммуникативный потенциал дискурсивного программирования в зависимости от его направленности и качественных характеристик (на материале англоязычного дискурса)

В. Л. Соколова

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
Дипломатическая академия Министерства иностранных дел Российской Федерации, Москва, Россия
sokolova_mglu@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются структурные и функциональные особенности механизма, названного автором «дискурсивное программирование». В исследовании предлагаются типологии, основанные на особенностях организации (направленности) и качественных характеристиках дискурсивного программирования. Делаются выводы о степени зависимости коммуникативной функции дискурсивного программирования от его типологических характеристик.

Ключевые слова: дискурсивное программирование, коммуникативное программирование, прямое дискурсивное программирование, обратное дискурсивное программирование, двойное дискурсивное программирование, контекстуальное дискурсивное программирование, отсроченное дискурсивное программирование

Для цитирования: Соколова В. Л. Типология и коммуникативный потенциал дискурсивного программирования в зависимости от его направленности и качественных характеристик (на материале англоязычного дискурса) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 119–125. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_119

Original article

Typology and Communicative Potential of Discursive Programming Depending on Its Orientation and Qualitative Properties (a study of English discourse)

Vera L. Sokolova

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Moscow, Russia
sokolova_mglu@mail.ru

Abstract. The article addresses structural and functional features of the discourse shaping mechanism that the author defines as discursive programming. The typologies offered in the study are based on the structural features (orientation) as well as the qualitative properties of discursive programming. The conclusions show the relationship between the communicative function of discursive programming and its typological characteristics.

Keywords: discursive programming, communicative programming, direct discursive programming, reverse discursive programming, double discursive programming, contextual discursive programming, delayed discursive programming

For citation: Sokolova, V. L. (2023). Typology and Communicative Potential of Discursive Programming Depending on Its Orientation and Qualitative Properties (a study of English discourse). Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 119–125. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_119

ВВЕДЕНИЕ

Настоящее исследование обращается к дискурсивному механизму, который, по нашим наблюдениям, находится в основе целого ряда коммуникативных процессов (удержание внимания аудитории, изменение иллокутивной силы высказывания, создание различных дискурсивных эффектов) и может иметь различные средства реализации в англоязычных лингвокультурах [Соколова, 2021]. Этот дискурсивный механизм, изучаемый на материале английского языка, назван автором статьи дискурсивным (или коммуникативным) программированием, и предусматривает взаимообусловленность реализации различных элементов дискурса. Например, оценочное высказывание предполагает объяснение причин этой оценки; первый элемент устойчивого сочетания предполагает наличие последующих; наличие неоконченного высказывания предполагает один или несколько вариантов его продолжения.

Как показывает тщательное рассмотрение дискурсивного программирования, этот механизм имеет под собой как психологические, так и концептуальные основания.

Под психологическими основаниями дискурсивного программирования понимается упреждающий характер восприятия информации, отмечаемый как отечественными, так и зарубежными учеными [Зимняя, 2001; Neisser, 1975]. Тем не менее механизм дискурсивного программирования отличается от механизмов установления антиципаций, описанных в психологических исследованиях тем, что он характеризует не восприятие реципиентом, а порождение языковыми средствами информации, устанавливающей определенные коммуникативные антиципации ее получателя.

В концептуальном плане дискурсивное программирование основано на реализации фреймовых структур[1], когда новый элемент дискурса «программируется» либо через активацию всего фрейма, либо через активацию одного из терминалов этого фрейма. Например, фрейм EARTHQUAKE активирует терминалы «magnitude of the earthquake, location of the earthquake, tremours» и, соответственно, программирует дискурс на реализацию этих терминалов. В свою очередь, любой из терминалов фрейма EARTHQUAKE актуализует этот фрейм, программируя при этом активацию всего набора его терминалов.

[1] Мы придерживаемся определения фрейма, предложенного Марвином Минским, который рассматривал фрейм как минимальную совокупность признаков, позволяющих идентифицировать тот или иной объект или явление [Minsky, 1975].

Ранее нами было выявлено различие коммуникативных особенностей дискурсивного программирования в зависимости от средств его реализации (логическое, эмоциональное и смешанное) [Соколова, 2021]. Тем не менее типология и коммуникативные возможности дискурсивного программирования на этом не ограничиваются. В частности, данная статья рассматривает на англоязычном материале дискурсивное программирование в связи с его направленностью, рядом качественных характеристик и соответствующим коммуникативным потенциалом.

КЛАССИФИКАЦИЯ И КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ДИСКУРСИВНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЕГО НАПРАВЛЕННОСТИ

Выявленная в ходе исследований направленность дискурсивного программирования определяется положением программирующей части конструкции по отношению к программируемой: если программирующая часть предшествует программируемой, то реализуется прямое дискурсивное программирование; если программирующая часть следует за программируемой, то имеет место обратное дискурсивное программирование; если одна из частей конструкции одновременно оказывается в положении программирующей и программируемой или если одновременно осуществляется и прямое, и обратное дискурсивное программирование, то можно говорить о двойном дискурсивном программировании.

Рассмотрим каждый из обозначенных выше типов дискурсивного программирования подробнее.

Прямое дискурсивное программирование

Случаи прямого дискурсивного программирования представляются в наибольшей мере соответствующими самой природе дискурсивного программирования – установлению коммуникативных антиципаций.

Например, задавая вопрос: «So what do the minds of the powerful versus the powerless look like?», лектор TED Talks Amy Cuddy программирует дальнейшую коммуникацию на реализацию ответа о том, какими характерными особенностями обладает мышление сильных людей. В данном примере ответ приводится сразу же после вопроса и таким образом дискурсивное программирование оказывается реализованным: «So powerful people tend to be, not surprisingly, more assertive and more confident ...» (*Amy Cuddy, August 15, 2012*).

Данный тип дискурсивного программирования наблюдался в самых разнообразных видах дискурса: в художественном дискурсе, в дискурсе СМИ, в научном и научно-популярном дискурсе, в мотивационном дискурсе на материале TED-talks, в дискурсе политических речей.

Полагаем, что столь высокая популярность прямого дискурсивного программирования обусловлена, прежде всего, его важной прагматической функцией – удержанием внимания аудитории: дискурс программируется на реализацию дальнейшей информации, и пока она не будет реализована внимание аудитории будет поддерживаться[1].

Однако наряду с функцией поддержания внимания прямое дискурсивное программирование имеет и другие важные функции. Это, прежде всего, функции изменения иллокутивной силы высказываний и создания определенных дискурсивных эффектов (например, юмористического).

Функция изменения иллокутивной силы высказываний наблюдалась нами при рассмотрении хеджирующих конструкций, указывающих на авторство (или источник) той или иной информации. Например, хеджирующая конструкция *according to + the source of information* и ее коммуникативные аналоги программируют дальнейший дискурс на предоставление достоверной или недостоверной информации. При этом достоверность информации определяется адресатом с его системой ценностей и установок.

> **The World Health Organization (WHO) said** the Omicron subvariant BA.5 remains dominant globally… (*The Guardian, 11 August 2022*)

Применительно к этому примеру, если реципиент информации доверяет Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), ссылка на эту организацию как источник информации реализует положительное дискурсивное программирование для реципиента (информация будет рассматриваться как достоверная), а если реципиент ВОЗ не доверяет, то дискурсивное программирование будет отрицательным (информация будет рассматриваться как недостоверная).

Функция создания дискурсивных эффектов также представляется характерной для прямого дискурсивного программирования. Например, начало шутки *A Frenchman, a German and an American walk into a bar…* программирует последующий дискурс как юмористический, устанавливая коммуникативные антиципации на реализацию таких распространенных юмористических стилистических приемов и средств, как каламбур, игра слов, ирония, декомпозиция устойчивого сочетания.

Обратное дискурсивное программирование

На первый взгляд, сам механизм обратного дискурсивного программирования, когда программирующая часть следует за программируемой, противоречит природе рассматриваемого процесса установления антиципаций. Тем не менее полагаем, что обратное дискурсивное программирование выделять можно и что оно основано на заполнении «спящих» слотов активированного ранее фрейма. Например, указание на источник информации (*White House Press Secretary Karine Jean-Pierre*), следуя за самой информацией: «US President Joe Biden had been briefed about the shooting and had ordered the FBI to give «full support» to local authorities» (*BBC News, 22 January 2023*), – активирует во фрейме US PRESIDENT'S REACTION TO SHOOTING слот *source of information* и заполняет его сведениями об источнике информации. На грамматическом уровне реализация обратного дискурсивного программирования при использовании множественного числа с существительным *family* (*John's family **are** rich*.) активирует во фрейме FAMILY терминал *family as a collection of individuals*, который до актуализации дискурсивно программирующего ***are*** находился «в спящем состоянии» и не играл значимой роли в коммуникативной структуре высказывания.

Несмотря на то, что функция поддержания внимания при использовании обратного дискурсивного программирования не настолько очевидна, как при использовании прямого программирования дискурса, по нашим наблюдениям, обратное дискурсивное программирование тем не менее может способствовать удержанию внимания аудитории через создаваемые с его помощью дискурсивные эффекты. В частности, примечательны случаи использования обратного дискурсивного программирования для создания юмористического эффекта. Например:

> **Q:** What do you call Santa [Clause]'s helpers?
> **A:** **Subordinate Clauses**![2]

В шутке обратно программирующее высказывание *Subordinate Clauses* актуализует ранее «спящий» терминал фрейма CLAUSE – *part of a sentence*

[1] Важность предвосхищения для поддержания внимания аудитории подчеркивается в исследованиях американского психолога У. Найссера (прив. по: [Milton, 2002, с. 43]).

[2] An English Christmas // Explain the Joke. URL: https://explainthejoke.com/2020/12/24/an-english-christmas/

в программируемом высказывании, тем самым вступая в конфликт с дискурсивным программированием фрейма SANTA CLAUSE и создавая юмористический эффект.

В ходе анализа коммуникативной функции изменения иллокутивной силы высказываний было выявлено, что при реализации обратного дискурсивного программирования в хеджирующих конструкциях, указывающих на авторство (или источник) той или иной информации, иллокутивная сила высказываний, предшествующих программирующей хеджирующей конструкции, как и в случае с прямым дискурсивным программированием, может меняться в зависимости от доверия реципиента к источнику информации. Таким образом, при ссылке на (предположительно) внушающий доверие источник будет осуществляться положительное дискурсивное программирование:

> There were more than 11,400 reported hate incidents targeting Asian Americans across the US between March 2020, when the US first implemented Covid lockdowns, and March 2022, **according to a report by Stop AAPI Hate** (*The Guardian, 23 January 2023*).

В то время как при ссылке на неопределенный (пусть и «осведомленный») источник дискурсивное программирование будет отрицательным:

> Billionaire Michael Bloomberg, the owner of Bloomberg LP, is interested in acquiring either the Wall Street Journal parent company Dow Jones or the Washington Post, Axios reported on Friday, **citing an unnamed source familiar with the matter** (*The Guardian, 23 December 2022*).

Двойное дискурсивное программирование

Двойное дискурсивное программирование связано с одновременной реализацией прямого и обратного дискурсивного программирования. В ходе отдельно проведенного исследования дискурсивного программирования 224 хеджирующих конструкций, указывающих на источник информации в англоязычных СМИ, были отмечены две модели двойного дискурсивного программирования:

1) модель, в которой одно и то же хеджирующее высказывание (в приведенном ниже примере это *said Koswal*) дискурсивно программирует как предшествующую, так и последующую информацию:

> "Sonu was showing us the mountains around on the call and was clearly excited, so were we," **said Koswal.** "He told me on that call that after landing in Pokhara, they would visit some temples there and then in the evening take a train back home" (*The Guardian, 16 January 2023*).

2) модель, в которой реализуется сначала прямое, а затем обратное дискурсивное программирование:

> **Yi said that, based on his own research,** China's population has actually been declining since 2018, showing the population crisis is "much more severe" than previously thought. China now has one of the lowest fertility rates in the world, comparable only to Taiwan and South Korea, **he said** (*VOA, 17 January 2023*).

В данном примере фраза *China's population has actually been declining since 2018, showing the population crisis is "much more severe" than previously thought. China now has one of the lowest fertility rates in the world, comparable only to Taiwan and South Korea*... реализуется сначала с прямым (***Yi said that, based on his own research***...), а затем с обратным (***he said***) дискурсивным программированием.

Отметим, что двойное дискурсивное программирование наблюдалось не только в дискурсе СМИ. При этом в ряде случаев реализовывалась модель *прямое дискурсивное программирование – обратное дискурсивное программирование*, как в приведенном ниже примере двойного дискурсивного программирования в лекции TED Talks *Inside the Mind of a Master Procrastinator* в целях оказания юмористического воздействия на аудиторию. В данном примере сначала реализуется прямое дискурсивное программирование:

> I thought that was the end of everything. But a week later I get a call, and it›s the school. And they say, «Is this Tim Urban?» And I say, «Yeah.» And they say, "We need to talk about your thesis." And I say, "OK." And they say, "**It's the best one we've ever seen**" (*Tim Urban, 15 March 2016*).

The best one we've ever seen программирует коммуникацию на разворачивание фрейма THE BEST THESIS, но последующее обратно программирующее дискурс отрицательное высказывание *That did not happen* актуализует ранее «спящий» терминал *absence of a certain characteristic,* вызывая при этом юмористический эффект, основанный на обмане коммуникативных ожиданий аудитории.

Таким образом, двойное дискурсивное программирование, так же как и обратное, может способствовать поддержанию внимания аудитории через создание дискурсивных эффектов. Кроме того, поддержание внимания аудитории через двойное

дискурсивное программирование может осуществляться установлением антиципаций через входящее в него прямое дискурсивное программирование и через варьирование разных типов дискурса (прямая речь; авторский комментарий; косвенная речь), препятствующее дискурсивной монотонизации.

Как показало исследование дискурсивного программирования на примере материалов англоязычных СМИ, применительно к коммуникативной функции изменения иллокутивной силы высказываний двойное дискурсивное программирование (как и входящие в него прямое и обратное) может влиять на степень достоверности программируемого высказывания для реципиента информации в зависимости от его доверия к программирующему дискурс источнику информации.

КАЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДИСКУРСИВНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ И ИХ КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

Наряду с отличиями в реализации механизма дискурсивного программирования в зависимости от его направленности были отмечены и некоторые качественные характеристики дискурсивного программирования, которые реализовывались одновременно с описанными выше. Эти качественные характеристики были связаны с контекстуальной обусловленностью дискурсивного программирования и с временными параметрами его реализации. Соответственно типы дискурсивного программирования в зависимости от его качественных характеристик получили название контекстуального и отсроченного дискурсивного программирования.

Контекстуальное дискурсивное программирование

Контекстуальными были названы модели дискурсивного программирования, которые демонстрируют определенную повторяемость в одних видах дискурса, но не отмечаются или редко отмечаются в других. В частности, в дискурсе СМИ нами была выявлена следующая контекстуальная модель дискурсивного программирования: (1) программирующее дискурс высказывание (указание источника информации) – (2) изложение информации в косвенной речи – (3) прямая речь, которая частично повторяет и / или распространяет информацию, изложенную в косвенной речи – (4) повторное указание источника информации:

> (1) **Captain Meyer added** (2) that police were aware of a second incident in Monterey Park, a suburb north of Monterey Park, but did not elaborate further. (3) “We have investigators on scene trying to determine if there’s a connection between these two incidents,” (4) **he said** (*BBC News, 22 January 2023*).

В приведенном выше примере демонстрируется самая распространенная модель контекстуального дискурсивного программирования в изученном англоязычном дискурсе СМИ. Как мы видим, она реализуется на фоне двойного дискурсивного программирования, устанавливаемого ссылкой на источник информации (заявление капитана полиции). В предварительном исследовании хеджирующих конструкций англоязычного дискурса СМИ контекстуальное программирование на фоне двойного дискурсивного программирования наблюдалось в 10 % случаев, что для дополнительной дискурсивной модели, представляется значительным.

Полагаем, что использование контекстуального дискурсивного программирования в СМИ обусловлено тремя факторами:

- интерактивностью дискурса СМИ (поскольку при контекстуальном дискурсивном программировании читатель сначала получает информацию в косвенной речи, а потом имеет возможность оценить эту информацию, представленную в прямой речи);
- клишированностью дискурса СМИ (повторяющиеся коммуникативные модели легче воспринимаются и запоминаются читателем);
- необходимостью поддержания внимания аудитории (контекстуальное дискурсивное программирование предполагает чередование различных типов дискурса, тем самым не допуская монотонности изложения).

Отсроченное дискурсивное программирование

Отсроченным было названо дискурсивное программирование, при котором информационная недостаточность, создаваемая программирующим дискурс высказыванием, компенсируется не сразу после установления коммуникативных антиципаций, а на протяжение дальнейшего дискурса.

Прежде всего данная качественная характеристика дискурсивного программирования отмечалась в лекциях и художественной литературе. Например, в рассказе Дж. Арчера *A Chapter of Accidents* прямое дискурсивное программирование устанавливается утверждением о недоумении главного героя, сможет ли персонаж по имени Патрик Трэверс купить у него картину, оцененную им в 370 тыс. фунтов:

> "Three hundred and seventy thousand pounds," I said, **wondering** if such a price tag put it out of Travers's bracket (*J. Archer, A Chapter of Accidents*).

Фактически, задается устанавливающий коммуникативные антиципации читателя вопрос *Will Travers buy the picture?* Ответ на этот вопрос читатель получает почти через две страницы текста – *But Travers never did* [*never bought the picture*]: программирующий и программируемый компоненты конструкции отделены друг от друга 3 394 печатными знаками, что составляет 1,8 печатных страниц[1].

Примечательно, что в художественной литературе и в лекционном дискурсе отмечались случаи ступенчатой реализации отсроченного дискурсивного программирования, когда компенсация информационной недостаточности, задаваемой дискурсивным программированием, происходила не единовременно, а поэтапно, путем постепенного заполнения слотов дискурсивно программируемого фрейма. Например, в своей мотивационной лекции *How great leaders inspire action* Саймон Синек делает дискурсивно программирующее заявление о том, что около трех с половиной лет назад сделал открытие (*About three and a half years ago, I **made a discovery***), актуализуя тем самым фрейм DISCOVERY, содержащий подфрейм с незаполненными слотами SOMETHING UNKNOWN THAT IS FOUND[2]. В ходе ступенчатой реализации отсроченного дискурсивного программирования слоты этого подфрейма заполняются не сразу:

- сначала слот *the significance of the discovery*: this discovery profoundly changed my view on how I thought the world worked);
- затем слот *characteristic feature of the discovery*: As it turns out, all the great inspiring leaders and organizations in the world, whether it's Apple or Martin Luther King or the Wright brothers, they all think, act and communicate the exact same way… it's the complete opposite to everyone else;
- затем слот *name of the discovered phenomenon*: I call it the golden circle;
- наконец, слот *the discovered phenomenon*: [Successful businessmen answer the questions] Why? How? What?

Как следует из примера, несмотря на то, что программирующий и программируемый компоненты конструкции отделены друг от друга 531 печатным знаком, компенсация информационной недостаточности, устанавливаемой программирующим дискурс фреймом DISCOVERY, начинается раньше, с заполнением слота *significance of the discovery,* который сам по себе устанавливает новое дискурсивное программирование (*What was the discovery that changed the speaker's life?*), и продолжается с заполнением последующих промежуточных слотов.

В связи с тем, что дискурсивное программирование как с единовременной, так и со ступенчатой компенсацией информационной недостаточности связано с отсроченной реализацией коммуникативных антиципаций, установленных программирующей частью конструкции, основной коммуникативной функцией этой разновидности дискурсивного программирования представляется поддержание внимания аудитории, ожидающей реализации информации, «обещанной» программирующей дискурс конструкцией.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании исследований и наблюдений коммуникативных и концептуальных особенностей различных видов англоязычного дискурса были сделаны выводы относительно типологии механизма дискурсивного программирования в зависимости от его направленности и качественных характеристик. В частности, в зависимости от направленности были выявлены: прямое, обратное и двойное дискурсивное программирование, а в плане качественных характеристик было обнаружено контекстуальное и отсроченное дискурсивное программирование.

Как основные коммуникативные функции дискурсивного программирования были выделены следующие: поддержание внимания аудитории, изменение иллокутивной силы высказываний, создание различных дискурсивных эффектов.

После рассмотрения коммуникативных функций дискурсивного программирования различной направленности было обнаружено, что основной функцией прямого дискурсивного программирования выступает поддержание внимания через антиципации, а у обратного и двойного дискурсивного программирования преобладает функция создания юмористического коммуникативного эффекта. Тем не менее был сделан вывод, что различия в коммуникативных функциях дискурсивного программирования обусловлены не столько его направленностью, сколько способом его реализации (например, функция поддержания внимания в обратном и двойном дискурсивном

[1] Если считать 1 800 печатных знаков за одну печатную страницу. – *В. С.*
[2] Oxford Advanced American Dictionary. URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/discovery

программировании может реализоваться путем чередования типов дискурса).

Реализация дополнительных качественных характеристик дискурсивного программирования, таких как контекстуальность и временные параметры реализации, способствует поддержанию внимания аудитории и повышению интерактивности дискурса. Использование некоторых моделей контекстуального дискурсивного программирования может быть обусловлено коммуникативными особенностями определенных видов дискурса (например, клишированностью дискурса СМИ).

Таким образом, типология дискурсивного программирования в англоязычном дискурсе объясняет не только характер дискурсивных функций программируемой конструкции, но и способы осуществления этих функций. Замечено, что реализуемый тип дискурсивного программирования также может быть обусловлен видом дискурса, в котором он реализуется.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Соколова В. Л. Механизм дискурсивного программирования и его лингвокультурный потенциал в англоязычном дискурсе СМИ // Язык. Культура. Общество. Актуальные вопросы, методы исследования и проблемы преподавания. Сборник научных статей. М.: Квант медиа, 2021. С. 136–146.
2. Зимняя И. А. Лингвопсихология речевой деятельности. Воронеж: НПО Модэк, 2001.
3. Neisser U. G. Perceiving, Anticipating, and Imagining // Perception & Cognition: Issues in the Foundations of Psychology, 1975. 9. P. 89–105.
4. Minsky M. A Framework for Representing Knowledge // The Psychology of Computer Vision. New York: McGraw-Hill, 1975. P. 211–277.
5. Milton K. Loving nature: Towards an ecology of emotion. Loving Nature: Towards an Ecology of Emotion. London, New York: Routledge, 2002.

REFERENCES

1. Sokolova, V. L. (2021). The Mechanism of Discursive Programming and its Linguocultural potential in English Language Mass Media Discourse. Yazyk. Kultura. Obtshestvo. Aktualnye voprosy, metody issledovaniya i problem prepodavaniya = Language. Culture. Society. Topical issues, methods of research and challenges of teaching (pp. 136–146). Moscow: Kvant Media Publishers. (In Russ.)
2. Zimnya, I. A. (2001). Lingvopsichologiya rechevoy deyatelnosti = Linguopsychology of speech activity. Voronezh: Modek. (In Russ.)
3. Neisser, U. G. (1975). Perceiving, Anticipating, and Imagining. Perception & Cognition: Issues in the Foundations of Psychology, 9, 89–105.
4. Minsky, M. (1975). A Framework for Representing Knowledge. The Psychology of Computer Vision (pp. 211–277). New York: McGraw-Hill.
5. Milton, K. (2002). Loving nature: Towards an ecology of emotion. Loving Nature: Towards an Ecology of Emotion. London, New York: Routledge.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Соколова Вера Леонидовна

кандидат филологических наук
доцент кафедры стилистики английского языка факультета английского языка
Московского государственного лингвистического университета
доцент кафедры английского языка №1
Дипломатической академии Министерства иностранных дел Российской Федерации

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Sokolova Vera Leonidovna

PhD (Philology), Assistant Professor at the Department of English Stylistics
Faculty of English, Moscow State Linguistic University
Assistant Professor at the Department of English (No.1), Diplomatic Academy of the Russian Federation

Статья поступила в редакцию	14.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	17.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 811.13
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_126

Метафора и метонимия в современном испаноязычном политическом дискурсе

М. П. Таймур[1], Е. Е. Голубкова[2]

[1, 2] *Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия*
[1] *Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Россия*
[1] *mariataymour@gmail.com*
[2] *katemg@yandex.ru*

Аннотация. На материале вербально-визуальных сатирических карикатур в современном политическом дискурсе на испанском языке обсуждаются вопросы взаимодействия в них метафоры и метонимии. Исследование функционирования когнитивного механизма метафтонимии позволяет идентифицировать присутствующие в карикатурах метафтонимические модели. Также выделяются основные характеристики современных испаноязычных мультимодальных карикатур.

Ключевые слова: метафора, метонимия, метафтонимия, карикатура, политический дискурс, испаноязычная пресса

Для цитирования: Таймур М. П., Голубкова Е. Е. Метафора и метонимия в современном испаноязычном политическом дискурсе // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. Вып. 7 (875). С. 126–131. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_126

Original article

Metaphor and Metonymy in Contemporary Spanish-Language Political Discourse

Maria P. Taymour[1] , Ekaterina E. Golubkova[2]

[1,2] *Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia;*
[1] *Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia*
[1] *mariataymour@gmail.com*
[2] *katemg@yandex.ru*

Abstract. Drawing on the material of verbal-visual satirical cartoons in modern political discourse in Spanish, the article discusses the issues of interaction of metaphor and metonymy in them. The study of the cognitive mechanism of metaphthonymy allows to identify the main metaphthonymic models present in these cartoons. The main characteristics of modern Spanish-language multimodal cartoons are also highlighted.

Keywords: metaphor, metonymy, metaphthonymy, caricature, political discourse, Spanish-language press

For citation: Taymour, M. P., Golubkova, E. E. (2023). Metaphor and Metonymy in Contemporary Spanish-Language Political Discourse. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 126–131. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_126

ВВЕДЕНИЕ

В статье рассматривается взаимодействие метафоры и метонимии (метафтонимии) в мультимодальных карикатурах современного политического дискурса на испанском языке с целью описания данного феномена. Актуальность данной темы обусловлена необходимостью анализа с позиций когнитивной лингвистики особенностей метафорических и метонимических переносов в карикатурах, используемых в политическом дискурсе испанской газеты *El País*, как высокочастотного средства выражения мнения испаноязычных журналистов и способа влияния на целевую аудиторию. Постановка и решение данной задачи могут предоставить дополнительные возможности для более глубинного понимания данного мультимодального креативного феномена, а также создания и усовершенствования визуальных корпусов политических карикатур как на испанском, так и на других индоевропейских языках.

СВЯЗЬ С ПРЕДЫДУЩИМИ ИССЛЕДОВАНИЯМИ

Теория когнитивной метафоры, развитая в работах Дж. Лакоффа, постулирует вездесущность метафоры как в повседневном, так и в специализированных типах дискурса. В соответствии с данной теорией метафора играет ключевую роль в процессе осмысления мира человеком, и поэтому можно утверждать, что метафоризация – это прежде всего не вербальная, а умственная деятельность языковой личности. Очевидно, что любая метафора – это в первую очередь вопрос мысли и действия, и лишь затем языка [Lakoff, 1987; Lakoff, Johnson, 1980]. Можно также согласиться с тем, что метафора должна рассматриваться не просто как декоративный аспект языка, а как некая фундаментальная схема, с помощью которой люди осуществляют концептуализацию окружающего мира и собственных действий [Gibbs, 2017].

Развитие теории когнитивной метафоры на рубеже XX–XXI веков повлияло на увеличение количества исследований вербальных, визуальных и мультимодальных метафор. Отметим, что если мономодальные метафоры имеют единственную форму репрезентации (например: вербальную, графическую или аудиальную), то мультимодальные метафоры включают в себя несколько форм или каналов, например, вербально-графическую. Последние всё чаще используются в самых различных типах коммуникации, что подчеркивает необходимость рассмотрения мультимодальных (в особенности вербально-графических) метафор наравне с мономодальными вербальными метафорами. Одним из первых зарубежных ученых, обративших внимание на мультимодальные метафоры и необходимость их исследования, стал Ч. Форсвиль, определивший мультимодальные метафоры как метафоры, в которых цель и источник репрезентируются исключительно или преимущественно разными кодами [Forceville, 2016a]. Исследования вербально-визуальных метафор на материале рекламы, музыки, комиксов, карикатур и кинофильмов стали проводиться относительно недавно. Многие вербально-графические метафоры также могут считаться смешанными, если в них присутствуют два или более канала поступления информации (вербальный и визуальный), при их создании используются несколько изначально не связанных между собой исходных доменов, тогда как впоследствии образуется единый целевой домен, а для расшифровки заложенных в подобные метафоры смыслов реципиенту необходимо преодолеть нескольких ступеней инференции из-за высокой плотности заложенной в дискурсивный элемент метафорической и метонимической информации [Таймур, 2020].

В последние 30 лет проводились многочисленные лингвистические исследования случаев взаимодействия метафоры и метонимии в самых различных типах дискурса. Феномен сочетания данных когнитивных механизмов стал обозначаться как «метафтонимия» [Goossens, 1990]. С точки зрения когнитивной лингвистики метафора и метонимия занимают центральное место в нашей концептуальной структуре, поскольку это когнитивные механизмы, которые способствуют структурированию концептуальной системы индивида. Вслед за Ф. Руис де Мендосой и Дж. Оталом, мы выделяем два ключевых типа метонимических переносов:

- метонимия «источник-в-цели» (source-in-target), например, *La flauta se siente enferma hoy* (*Сегодня флейта чувствует себя неважно*[1]), где «флейта» – часть музыканта, играющего на флейте. Этот вид метонимии предполагает расширение домена.
- метонимия «цель-в-источнике» (target-in-source), например: *El Velázquez está en la sala* (*Веласкес находится в зале*), где под Веласкесом мы подразумеваем одну из его картин. Метонимия «цель-в-источнике» включает сужение домена и последующее выделение его части [Ruiz de Mendosa, Otal, 2002].

[1] Зд. и далее перевод наш. – *Е. Е., М. Т.*

Метонимия обычно рассматривается как часть метафоры, где она имеет референциальную функцию. В то же время функция обеспечения понимания присуща одновременно как концептуальной метафоре, так и метонимии [Lakoff, Johnson, 1980]. Некоторые испаноязычные ученые особенно подчеркивают постоянную связь метафоры и метонимии в различных видах дискурса и считают, что основу метафоры составляют метонимические связи [Barcelona, 2014].

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В настоящем исследовании мы проводим анализ случаев взаимодействия метафоры и метонимии в мультимодальных испанских печатных политических карикатурах, представляющих собой иллюстрации к статьям популярной испаноязычной газеты *El País*. Методом сплошной выборки были отобраны 60 статей за последние 15 лет с политическими карикатурами самого известного испанского художника-карикатуриста Эрлиха. Данные креативные дискурсивные элементы исследуются с помощью применения такого современного когнитивно-ориентированного метода, как метафтонимический анализ (Л. Гуссенс). В исследовании мы придерживаемся понимания мультимодальности как множественности имеющихся форм вербальной и невербальной (вербально-графической, визуальной, обонятельной, музыкальной и т. д.) коммуникации. Вслед за Эль Рефае, мы определяем карикатуру как иллюстрацию, сопровождающуюся репликой (репликами), которая публикуется на страницах редакционной статьи или комментариев газеты и имеет целью представление аспекта социальной, культурной или политической жизни при помощи сгущения реальности и ее передачи ярким, оригинальным и юмористическим образом [El Refaie, 2009].

РЕЗУЛЬТАТЫ КОГНИТИВНОГО АНАЛИЗА МЕТАФТОНИМИИ В МУЛЬТИМОДАЛЬНЫХ ИСПАНОЯЗЫЧНЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ КАРИКАТУРАХ

Из всех типов мультимодальных метафор вербально-визуальные метафоры привлекают наибольшее внимание современных ученых (см. подробнее [Таймур, 2020]). Одна из основных задач при анализе мультимодальных метафорических дискурсивных элементов заключается в правильном определении характера взаимодействия присутствующих разнокодовых семиотических систем (в нашем случае вербальной и графической). Кроме того, принципиальное значение имеет то, какой когнитивный багаж знаний необходим реципиенту для верного восприятия дискурсивного элемента. В настоящей работе мы рассматриваем подобные метафоры в специфическом дискурсе карикатур испанской политической прессы.

Проиллюстрируем полученные результаты на двух проанализированных в рамках настоящего исследования наиболее типичных карикатурах.

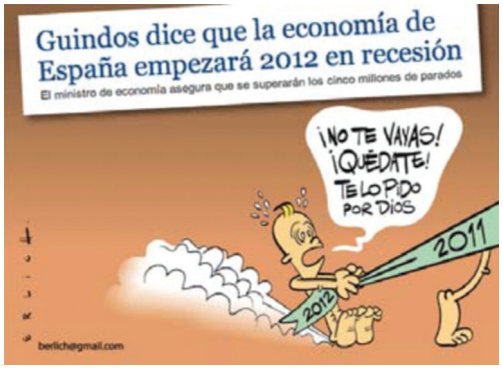


Рис. 1. Газета *El País*, декабрь 2011 года

Карикатура (рис. 1) сатирично изображает приближающуюся рецессию в Испании в наступающем 2012 году. Вербальный компонент в верхней части рисунка – газетный заголовок, представляющий собой заявление, сделанное министром финансов Испании Луисом де Гиндосом в конце 2011 года (Гиндос сообщает, что испанская экономика в 2012 году начнет рецессию. Министр финансов уверяет, что число безработных превысит 5 млн человек). В правом нижнем углу видна нога уходящего из кадра человека и его пояс, на котором изображена цифра 2011. Слева малыш, опоясанный кушаком с цифрой 2012, активно тянет удаляющегося человека за ремень со словами: *Не уходи! Останься! Богом тебя прошу!* На карикатуре, очевидно, присутствуют следующие концептуальные метафоры:

- ЭКОНОМИКА – ЭТО ЧЕЛОВЕК
- ЭКОНОМИКА – ЭТО РЕБЕНОК
- ГОД / ВРЕМЯ – ЭТО ЧЕЛОВЕК
- УХОДЯЩИЙ ГОД – ЭТО ВЗРОСЛЫЙ ЧЕЛОВЕК
- УХОДЯЩИЙ ГОД – ЭТО СТАБИЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА
- НАСТУПАЮЩИЙ ГОД – ЭТО ПЛАЧУЩИЙ РЕБЕНОК
- НАСТУПАЮЩИЙ ГОД – ЭТО РЕЦЕССИЯ В ЭКОНОМИКЕ

В то же самое время в данной карикатуре можно проследить несколько метонимических переносов: нога вместо человека; пояс вместо отца ребенка; министр финансов вместо всего правительства.

Выведем формулу метафтонимических переносов для данной политической карикатуры. Общая формула выглядит следующим образом:

A = (B вместо C), где (C это D). A – это финальный смысл карикатуры, который формируется в результате активирования у реципиента когнитивного механизма метафтонимии. (B вместо C) – это метонимический перенос (*англ.* metonymic mapping), а (C это D) – метафорический перенос (*англ.* metaphoric mapping). В случае данной карикатуры модель когнитивного процесса дешифрования общего смысла, учитывающая ключевые метафоро-метонимические переносы, может выглядеть следующим образом:

A = (B вместо C) + (B1 вместо C1) + (B2 вместо C2) + (B3 вместо C3), где (C это D) + (C1 это D) + (C2 это D1) + (C3 это D2),

где: A – это смысл карикатуры
B – пояс отца
C – уходящий взрослый (отец)
D – стабильная экономика
B1 – нога уходящего взрослого (отца)
C1 – уходящий 2011 год
B2 – плачущий ребенок
B3 – министр финансов Испании
C2 – наступающий 2012 год
C3 – правительство Испании
D1 – рецессия в экономике Испании
D2 – причина рецессии

Таким образом, при инференции смыслов данной политической карикатуры активизируется многоступенчатый когнитивный механизм метафтонимии. Метафтонимическая модель, в соответствии с приведенной выше формулой, состоит из четверного метонимического расширения четырех метафорических источников при наличии трех целевых доменов (D, D1, D2). Данная модель характерна для 25 % проанализированного нами в рамках настоящего исследования эмпирического материала.

В следующем примере взаимодействие метафоры и метонимии имеет немного отличающийся характер (рис. 2).

Рис. 2. Газета *El País*, октябрь 2022 года

На карикатуре (рис. 2) изображается очередной кризис европейской валюты. Доктор ведет прием, а в качестве пациента читатели газеты видят евро, произносящее: *No doy más, Doctor. No sé ya quién soy* (*Я так больше не могу, доктор. Я больше не знаю, кто я*). Совокупность вербальных и иконических элементов позволяет нам идентифицировать в составе данной карикатуры следующие концептуальные метафоры:

- ЕВРОПЕЙСКАЯ ВАЛЮТА – ЭТО БОЛЬНОЙ ПАЦИЕНТ
- ПСИХОАНАЛИТИК – ЭТО ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДЕЯТЕЛЬ / ЭКОНОМИСТ
- ЕВРО – ЭТО ИСПАНИЯ
- ЕВРО – ЭТО ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ
- ЭКОНОМИКА – ЭТО БОЛЬНОЙ ПАЦИЕНТ
- СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИКИ – ЭТО БОЛЕЗНЬ

В то же самое время в данной карикатуре можно проследить следующие метонимические переносы: один политик (экономист) вместо правительства; один евро вместо всей экономики; «я не знаю, кто я» вместо «курс евро лишился стабильности». Модель когнитивного процесса дешифрования общего смысла в данном случае может выглядеть следующим образом:

A = (B вместо C) + (B1 вместо C1) + (B1 вместо C2), где (C это D) + (C1 это D1) + (C2 это D2),

где: A – это смысл карикатуры
B – доктор
C – политики / экономисты
D – стабильная экономика
B1 – больной пациент
C1 – европейская валюта
C2 – нездоровая экономика
D – потенциальное решение проблемы падения евро
D1 – Испания / Евросоюз
D2 – проблема всей страны

Так, метафтонимическая модель состоит из тройного метонимического расширения двух метафорических источников при наличии трех целевых доменов. Данная модель характерна для 31 % проанализированного эмпирического материала.

Также в ходе исследования определяющими чертами поликодовых креативных политических карикатур были выделены следующие:

1) карикатуры имеют описательную функцию, поскольку характеризуются аллюзией на общественно-политическую ситуацию, событие или личность;
2) поскольку они связаны с конкретными политическими событиями, для их правильной

интерпретации реципиенту необходимо иметь определенный объем фоновых, культурологических и политических знаний;

3) в карикатурах политические события, как правило, комбинируются с воображаемым миром таким образом, что служат неким «мостом» между фактом и вымыслом, где метафорический процесс переноса смысла из воображаемого в реальный мир передается преимущественно в визуальном режиме;
4) политические карикатуры имеют сатирический, пародирующий характер, иллюстрирующий критический взгляд автора на те или иные актуальные политические события;
5) карикатуры в испанском политическом дискурсе – это тип дискурса, характеризуемый высокой степенью метафоричности и метонимичности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящей статье была предпринята попытка когнитивного исследования карикатур как вербально-визуальных полимодальных креативных дискурсивных элементов в жанре испанской политической прессы. Анализ выявил частотное использование метафоры и метонимии в испанских печатных политических карикатурах, активирующих у реципиента когнитивный механизм метафтонимии. Глубинный анализ характера метафоро-метонимических переносов позволил выявить две наиболее продуктивные метафтонимические модели, характерные для более 55% отобранных карикатур: модель четверного метонимического расширения четырех метафорических источников при наличии трех целевых доменов; модель тройного метонимического расширения двух метафорических источников при наличии трех целевых доменов.

Можно сделать вывод, что метафора и метонимия – продуктивные стилистические приемы, используемые в испанском политическом мультимодальном дискурсе. Интеграция изображения и текста, несомненно, позволяет реципиенту наиболее корректно интерпретировать значения метафоро-метонимических связей, лежащих в основе политических карикатур. Вербальные и невербальные метафорические элементы часто имеет определенную коннотацию, выявляя негативное отношение карикатуриста к новостному событию, изображенному в карикатурной ленте.

Дальнейшие исследования, несомненно, требуют более систематической разработки этой проблемы, для чего видится необходимым проведение более глубинного анализа когнитивного механизма метафтонимии в креативных дискурсивных элементах, присутствующих в других испаноязычных периодических изданиях.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Lakoff G. Women, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind. Chicago: University of Chicago press, 1987.
2. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. USA: University of Chicago Press, 1980.
3. Gibbs R. W. Metaphor Wars: Conceptual metaphors in human life. Cambridge: Cambridge University Press, 2017.
4. Forceville C. Mixing in pictorial and multimodal metaphors? // R. W. Gibbs, Jr. (ed.), Mixing Metaphors. Amsterdam: John Benjamins. 2016a. P. 223–239.
5. Таймур М. П. Многоуровневый анализ смешанной метафоры как лингво-когнитивного феномена (на материале английского языка) // Вопросы когнитивной лингвистики. 2020. № 3. С. 71–76.
6. Goossens L. Metaphtonymy: the interaction of metaphor and metonymy in expressions for linguistic action // Cognitive linguistics. 1990. Vol. 1 (3). P. 323–342.
7. Ruiz de Mendoza F. J., Otal J. L. Metonymy, Grammar and Communication. Granada: Comares. 2002.
8. Barcelona A. Metonymy Is Not Just a Lexical Phenomenon: On the operation of metonymy in grammar and discourse // Selected Papers from the 2008 Stockholm Metaphor Festival / ed. by Nils-Lennart Johannesson and David C. Minugh, US-AB, Stockholm, 2014.
9. El Refaie E. Metaphor in political cartoons: Exploring audience responses. URL: https://www.researchgate.net/publication/309106191_Metaphor_in_political_cartoons_Exploring_audience_responses (дата обращения: 16.01.2023).

REFERENCES

1. Lakoff, G. (1987). Women, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind. Chicago: University of Chicago press.
2. Lakoff, G., Johnson, M. (1980). Metaphors We Live By. USA: University of Chicago Press.

3. Gibbs, R. W. (2017). Metaphor Wars: Conceptual metaphors in human life. Cambridge: Cambridge University Press.
4. Forceville, C. (2016a). Mixing in pictorial and multimodal metaphors? R. W. Gibbs, Jr. (ed.), Mixing Metaphors. Amsterdam: John Benjamins, 223–239.
5. Taymour, M. P. (2020). Multi-level analysis of mixed metaphor as a lingvo-cognitive phenomenon (based on the material of the English language). Issues of Cognitive Linguistics, 3, 71–76. (In Russ.)
6. Goossens, L. (1990). Metaphtonymy: the interaction of metaphor and metonymy in expressions for linguistic action. Cognitive linguistics, 1 (3), 323–342.
7. Ruiz de Mendoza, F. J., Otal, J. L. (2002). Metonymy, Grammar and Communication. Granada: Comares.
8. Barcelona, A. (2014). Metonymy Is Not Just a Lexical Phenomenon: On the operation of metonymy in grammar and discourse. Selected Papers from the 2008 Stockholm Metaphor Festival / ed. by Nils-Lennart Johannesson and David C. Minugh, US-AB, Stockholm.
9. El Refaie, E. (2009). Metaphor in political cartoons: Exploring audience responses. https://www.researchgate.net/publication/309106191_Metaphor_in_political_cartoons_Exploring_audience_responses

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Екатерина Евгеньевна Голубкова

доктор филологических наук, профессор,
профессор кафедры лексикологии английского языка факультета английского языка
Московского государственного лингвистического университета

Мария Павловна Таймур

кандидат филологических наук,
доцент кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации в области гуманитарных и прикладных наук Института гуманитарных и прикладных наук
Московского государственного лингвистического университета
доцент кафедры иностранных языков №1 Высшей школы социальных и гуманитарных наук
Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Golubkova Ekaterina Evgenievna

Doctor of Philology (Dr. habil.), Professor
Professor at the Department of English Lexicology, Faculty of the English Language
Moscow State Linguistic University

Taymour Maria Pavlovna

PhD (Philology)
Associate Professor at the Department of Linguistics and Professional Communication
Institute of Humanities and Applied Sciences, Moscow State Linguistic University;
Associate Professor at the Department of Foreign Languages №1
Higher School of Social Sciences and Humanities, Plekhanov Russian University of Economics

Статья поступила в редакцию	20.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	19.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 81-13
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_132

Вербализация оценки экономической ситуации в Великобритании на материале британской газеты *The Guardian*

Н. Д. Токарева

Московский государственный лингвистический университет
Tata2535@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются лингвистические способы формирования оценки экономической ситуации в Великобритании после выхода страны из Европейского союза. Экономический дискурс, который является суммой различных коммуникативных актов, представлен редакционной статьей британской газеты «The Guardian», дающей оценку различным фактам экономической реальности. В результате анализа было установлено, что последствия выхода Великобритании из ЕС рассматриваются исключительно как крайне негативные, что подтверждается широким использованием в статье разных лексических, грамматических и стилистических средств.

Ключевые слова: экономический дискурс, прагматическое воздействие, категория оценки, способы выражения оценки, эмотивность оценки, метафоричность оценки

Для цитирования: Токарева Н. Д. Вербализация оценки экономической ситуации в Великобритании на материале британской газеты *The Guardian* // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 132–138. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_132

Original article

Verbalisation of the Evaluation of the Economic Situation in Great Britain on the Basis of the British Newspaper *The Guardian*

Natalia D. Tokareva

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
tata2535@gmail.com

Abstract. The article focuses on the linguistic ways of evaluation of the economic situation in Britain after its exit from the European Union. Economic discourse which is a sum total of different communicative acts is represented by the editorial from the British newspaper "The Guardian". The newspaper article implements the economic discourse evaluating different facts of economic reality. The analysis revealed that the consequences of Britain's exit from the EU are viewed as extremely negative which is verified by an extensive use of lexical grammatical and stylistic means and devices.

Keywords: economic discourse, pragmatic effect, category of evaluation, ways of expressing evaluation, emotional element of evaluation, metaphor in evaluation

For citation: Tokareva, N. D. (2023). Verbalisation of the Evaluation of the Economic Situation in Great Britain on the Basis of the British Newspaper *The Guardian*. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7 (875), 132–138. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_132

ВВЕДЕНИЕ

Объектом исследования является текст, представляющий современный экономический дискурс в англоязычном медиапространстве.

Предмет исследования состоит в выявлении лексико-семантических, синтаксических и иных языковых основ оценки, которая содержится в статье.

Материалом послужила редакционная статья Дж. Харриса в газете *The Guardian* от 1 января 2023 года *The wreckage of Brexit is all around us. How long can our politicians indulge in denial*?

В современном быстро меняющемся мире исследование экономического дискурса приобретает особое значение. Именно в экономическом дискурсе отражаются важнейшие изменения в жизни общества, обусловленные как политической ситуацией, так и социокультурным контекстом.

Представление об окружающем мире формируется у человека на основе чувственного восприятия, что, в свою очередь, определяет речемыслительный процесс. Экономический дискурс является сложным коммуникативным образованием, который отражает экономические и социально-культурные связи в пространстве экономической реальности.

Поскольку экономика представляет собой одно из важнейших направлений в жизни общества, то и исследование экономического дискурса является одной из основных задач, стоящих перед лингвистикой. Такое исследование позволяет определить влияние изменений в экономике на повседневную жизнь людей. Экономический дискурс фиксирует изменения в экономических концептах, что отражается в языке СМИ.

Экономический дискурс представляет собой сумму различных коммуникативных актов. Эти акты воплощены в текстах, освещающих различные стороны экономики Великобритании на данном этапе. Газетные статьи, с одной стороны, информируют читателя о состоянии экономики, с другой – воздействуют на сознание людей, передавая им свое видение экономической ситуации, т. е. несут в себе определенный прагматический заряд. По мнению Р. Водак и М. Мейера, прагматика экономического дискурса определяется социально-культурными особенностями, психологическими механизмами поведения, традиционным групповым и индивидуальным сознанием [Vodak, Meyer, 2008, с. 140].

События в Великобритании последних лет, такие как выход из Европейского союза и пандемия, имели чрезвычайно серьезные негативные последствия для ее населения. Повсеместно ухудшилась деятельность институтов власти, обеспечивающих экономическую и социальную защиту населения в кризисных ситуациях. Вот как описывает состояние британской экономики авторитетный экономический журнал *Prospect Magazine*: Последний кризис обнажил уязвимость промышленности, вызванный 40 годами ошибочной политики. Ее результаты – крушение надежд на создание государства всеобщего благосостояния, хищническое кредитование, недостаточные человеческие ресурсы, неприятие риска, нехватка государственных инвестиций, сокрушительная инфляция, низкая производительность труда. Всё это приводит к множественным протестам как в промышленности, в социальной сфере, так и в сфере образования. Правительство не хочет видеть глубокие корни экономического кризиса и не принимает никаких мер[1] [Hutton, 2022].

КАТЕГОРИЯ ОЦЕНКИ

В последние годы оценка как важнейшая лингвистическая категория привлекает всё большее внимание исследователей, поскольку она является важнейшим семантическим звеном при создании и восприятии медийных текстов. Этот интерес к феномену оценки вполне объясним, так как оценка является антропоцентричным явлением, которое концентрирует в себе видение человеком экономической ситуации, познаваемой через когнитивные процессы.

Существование человека, его многогранная жизнь отражаются в его мыслительной деятельности. Именно через когнитивные механизмы человек создает и реализует свое понимание окружающего мира.

Под оценкой подразумевается выражение отношения участника коммуникативного акта к какому-то объекту, внешнего по отношению к кругу жизни человека, который может быть или материальным, или социокультурным или иметь отношение к духовной сфере. При выражении своего суждения о каком-либо предмете или явлении высказывание человека опирается как на общепринятые мнения по данному вопросу в рамках его идеологической и культурной парадигмы, так и на его собственное мнение. Таким образом, ценностные критерии, характерные для данного социума, неизбежно смыкаются с личностными представлениями субъекта коммуникации. Оценка оформляется с помощью языковых средств и становится частью коммуникативного акта. Конечно, само явление существует вне картины мира индивида и никак не изменяется под влиянием того или иного суждения о данном предмете или явлении. Именно выражение оценки говорит об индивиде

[1] Зд. и далее перевод наш. – *Н. Т.*

и его картине мира, так как его видение ситуации определяется его ценностной ориентацией. Вряд ли в этой связи можно говорить об объективности оценки, которая существует наряду с субъективным началом и образует единый комплекс. Объект рассмотрения существует как факт языковой реальности вне индивида, который дает ему свою субъективную оценку, исходя из своих убеждений и взглядов. Социальный и культурный опыт индивида предопределяет его прагматические установки при высказывании оценки какого-либо объекта.

Определенную роль в оценке может играть эмоциональное начало. Общий эмоциональный настрой человека при определении его отношения к событию или высказыванию зависит от статуса человека – образовательного, социального, культурного, психологического, а также от его эмоционального состояния в момент, когда совершается формирование оценочного суждения – положительного или отрицательного.

Существуют разные подходы к степени оценки, но представляется целесообразным следовать шкале, предложенной Е. Н. Стариковой и С. Н. Колесник, которые выделяют три типа оценочных суждения – слабую, среднюю и интенсивную [Старикова, Колесник, 2005]. Оценка слабой степени приближается к нейтральной. Оценка средней степени предполагает наличие эмотивных элементов. Оценка интенсивного ряда определяется наличием эмоционально окрашенных элементов текста, которые неоднозначно указывают на степень оценки и на убежденность автора в правоте своей позиции.

Как правило, оценка выражается эксплицитно. Все части речи могут участвовать в формировании оценочного высказывания. Существенную роль в этом играют также аффиксы – суффиксы и префиксы. Среди частей речи превалируют прилагательные. Весь этот арсенал позволяет выразить оценку эксплицитно. Однако существует и широко распространены способы передачи оценки имплицитно. Среди этих способов передачи оценки одну из главных ролей играет метафора и другие стилистические, лексические и синтаксические приемы, такие как ирония, эпитет, сравнение, гипербола, каламбур, также часто применяемые для имплицитного выражения оценки. Безусловно, большую роль играет пунктуация:

> Since the 2016 referendum, the English political right **–** by which I mean cacophony of voices, including Conservative MPs, the Mail and the Telegraph, and the kind of pundits now given a megaphone by GB News and Talk TV – has become steadily more **eccentric and unhinged**.[1]

[1] В цитатах здесь и далее выделено нами. – *Н. Т.*

В примере наряду с приемом перечисления и повтором союза *and* используется и тире, которое разрывает предложение на части и создает впечатление отрезков устной речи.

Какую цель преследует автор, когда оценка передается имплицитно? Это диктуется, как правило, желанием смягчить эффект критики и снизить эмоциональный тон несогласия с точкой зрения или высказыванием, содержащимся в объекте, который подвергся оценке.

Метафорическое наложение, т. е. воспроизводство отношений, признаков, свойств предметов и явлений, при семантическом переносе широко употребляется в экономическом дискурсе.

Самыми частотными являются метафорические образования, которые связаны с человеком – его существованием, потребностями, мыслями и эмоциями. Метафора индивидуализирует объект рассмотрения в тексте, позволяет сузить и конкретизировать явление и таким образом свести его к понятным для человека категориям восприятия объектов действительности. Благодаря метафоре текст приобретает экспрессивность и дает оценку какому-либо явлению с более доступных позиций. Метафора несет в себе дополнительную информативность, так как она включает элементы чувственного восприятия.

РЕАЛИЗАЦИЯ КАТЕГОРИИ ОЦЕНКИ В СТАТЬЕ

Композиционно статья распадается на две части, каждая из которых представляет собой оценку деятельности одной из ведущих политических партий.

Уже в заголовке статьи *The **wreckage** of Brexit is all around us. How long can our politicians **indulge** in denial*? автор крайне негативно отзывается о результатах выхода Великобритании из Европейского союза, употребляя метафору ***wreckage***. Кембриджский словарь английского языка трактует существительное ***wreckage*** как «a badly damaged object or the separated parts of a badly damaged object, collapse, crash». Использование этой лексемы красноречиво передает отношение адресанта к этому событию. Брексит рассматривается как катастрофа. Необходимо отметить, что с точки зрения синтаксиса эта метафора предваряет остальные члены предложения и принимает на себя всю эмоциональную нагрузку. Остальные члены предложения усиливают значение этой метафоры. Местоимение *all* подчеркивает повсеместность отрицательного воздействия Брексита на жизнь Соединенного Королевства. Последующая фраза, которая является риторическим вопросом, обращена к политическому руководству страны с имплицитно выраженным требованием

положить конец отрицанию тяжелых последствий этого события. Нельзя не отметить прием иронии в заголовке: в том же словаре глагол *indulge* трактуется как «to allow yourself or another person to have something enjoyable, especially more than is good for you»[1].

Условия жизни в стране автор называет *uncomfortable*, используя отрицательный префикс, однако эта слабая степень отрицательной оценки вряд ли может ослабить впечатление от эффекта, произведенного заголовком. Другое существительное во фразе ***impossibility*** *of human condition* дает представление о невозможных условиях существования людей, повторяя высокую степень негативной оценки.

Для описания негативных последствий Брексита используется яркий стилистический прием аллюзии. Знаменитая рок-группа «Пинк-Флойд» в своем известном альбом *The Dark Side of the Moon* полвека назад отмечала тревогу англичан в связи с политической и психологической обстановкой в стране, растущими экономическими трудностями. Используя существительные *desperation*, *predicament* автор указывает на схожесть настоящей политической и экономической ситуации с тем временем, когда эта группа выпустила всемирно известный альбом. Фраза *hanging on in* ***quiet desperation*** *is an English way* оказывается применимой к сегодняшнему дню, что придает ей вневременное звучание. Существительное *desperation* отражает негативное ощущение от всей экономической ситуации.

Акцентируя нежелание политиков признать негативные последствия этого шага, автор текста использует прием перифраза, повторяющий отказ политического руководства страны признать провальные результаты Брексита. *Our politicians* ***will*** *still* ***not*** *acknowledge it*, что согласуется с фразой в заголовке. Следует отметить употребление модального глагола *will* с отрицанием в значении «отсутствие желания».

В результате выхода из Евросоюза въезд в страну рабочей силы значительно осложнился. Автор акцентирует эти трудности, используя прилагательное *impossible*, говоря о длинных очередях за получением паспорта ***impossible*** *passport queues*. Красочная метафора, рисующая трудности нанимателей в поисках рабочей силы, ***howls*** *of pain from businesses*, а также метафорическая идиома *red tape* несут в себе крайне негативную оценку ситуации.

В числе метафор, используемых применительно к последствиям выхода из Европейского союза, употребляется существительное *malaise*, которое означает «a general feeling of being ill or having no energy or an uncomfortable feeling that something is wrong, especially with society, and that you cannot change»[2].

Последствия Брексита проявляются в многочисленных ситуациях, например: закупка в Германии машин для лондонской полиции, в то время как не работает логистический рынок поставок частей для британской автомобильной промышленности. Это, естественно, ведет к сокращению производства.

Критикуя министра финансов за его высказывание о том, что Брексит принесет обещанное процветание (prosperity) автор причисляет его к фанатикам (zealots). Прием иронии – обещание *General Magic*. Эта аллюзия к провалившейся технологической компании 90-х годов, которая была известна под этим именем, показывает неверие автора статьи в изменение ситуации.

Выход из Евросоюза сопровождается пересмотром и аннулированием его законов, которые всё еще должны соблюдаться Великобританией. С помощью распространенной метафоры и иронии автор текста выражает крайнее сомнение в том, что сотни чиновников, вовлеченные в разбор документов, смогут способствовать возрождению экономики: *The legislative* ***pyre*** *will not produce some kind of economic phoenix* (*Погребальный костер из юридических документов не явит птицу Феникс в экономике*).

Автор статьи крайне жестко высказывается об оценке консерваторами последствий выхода из Евросоюза:

> What Brexit has done to Tory politics now goes beyond the party's **interminable debate** about what exactly life outside Europe should entail, and deep Conservatism's collective psychology.

Пропаганду правыми силами своих взглядов, которую адресант называет ***cacophony of voices*** (*какофонией голосов*), включаются консерваторы – члены Палаты общин, газеты *The Mail* и *The Daily Telegraph*, а также «ученые мужи» (*pundits*) из новостных программ, из программ телевидения, которые, имея в руках микрофон, выступают всё с более «эксцентричными и разнузданными» речами (*...has become steadily more* ***eccentric and unhinged***). Стилистический прием иронии, употребленный

[1] URL: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/

[2] URL: https://dictionary.cambridge.org/ru/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/malaise?ysclid=ln4to8ndmk939204737

в этих словах и словосочетаниях, свидетельствует о крайне низкой оценке поведения консерваторов после Брексита.

Говоря об экономическом состоянии Великобритании, консерваторы постоянно (*they **endlessly** deny **the existence of gravity***) отрицают серьезность ситуации и переключают внимание общественности на вопросы, связанные с сохранением окружающей среды, на жизнь королевской семьи и даже на содержание словарей. Нельзя не отметить использование приема иронии в этой части статьи при характеристике действий консерваторов. Автор называет это «замещением», когда происходит намеренное переключение с неудавшегося проекта на другую стратегию.

> This is partly **a deliberate distraction** from Brexit's **catastrophes**. But it is also the kind of **displacement activity** that is always going to take hold once these people's **defining project had turned to dust**.

Метафора, содержащаяся в идиоме *to turn to dust*, а также существительное *catastrophe* свидетельствуют о чрезвычайно низкой оценке политики консерваторов. Для усиления эмоционального эффекта используется и фонетический стилистический прием аллитерации, связанный с повтором звука [d].

Серьезные неудачи в экономике – снижение объемов торговли, уменьшение вложений в промышленность, снижение уровня потребления, нехватка кадров – оцениваются крайне негативно адресантом, о чем свидетельствуют использование, как уже указывалось, прилагательных и существительных с отрицательной коннотацией: *uncomfortable, eccentric, unhinged*; *wreckage, catastrophes, gravity, malaise, impossibility, desperation, predicament*.

Обычно критика в адрес каких-либо политических, экономических или других общественных структур и институтов предполагает предложения по поводу новых программ или стратегий с учетом неудач, постигших страну. Но, как оказывается, не представляется возможным внести какие-либо изменения, так как реальные шаги для изменения ситуации могли бы быть слишком кардинальными и могли бы затронуть общественные основы, к чему, видимо, Великобритания пока не готова.

Во второй части статьи автор переходит к обсуждению политики лейбористов после Брексита. Лейбористская партия стоит перед трудной задачей – обеспечить себе сторонников для пересмотра идей Брексита. Лейбористы были ярыми приверженцами продолжения членства в Евросоюзе, но теперь их участие в дебатах в Палате общин показывает неубедительность их позиции (*...the **depressing** sense of a Westminster conversation that omits modern Britain's most defining interests*). Автор видит серьезную опасность в происходящем (*... and amid wide spread **resentment** about Britain's false hopes even **darker forces** may also fancy their chances*). В этих словах содержится имплицитный намек на серьезные опасности, которые могут грозить стране на следующих выборах. Автор предупреждает о необходимости трезво оценивать обстановку в стране, чтобы избежать предательства и заговоров.

> ...If you don't want politics flooded with betrayal myths and conspiracy theories ... then do not ignore the **uncomfortable** facts.

Примечательно использование стилистического приема аллюзии, в котором содержится имплицитно выраженное предупреждение о возможности повторения событий:

> A huge truth is thereby being ignored, which goes back to the 1930s, if not before.

Интересен случай отдаленного повтора *indulge in denial*, когда автор возвращается к ведущей партии, используя яркую идиому *to make hay*, что значит в данном контексте «воспользоваться ситуацией»:

> When mainstream politicians indulge in denial, demagogues often **make hay**.

Используя яркую метафору, выраженную фразовым глаголом, автор подчеркивает, что вера британцев в возможности Брексита ослабевает, причем в данном предложении характерно использование формы настоящего продолженного времени (*... popular belief in Brexit is **ebbing away***).

Подводя итоги, результатам разрыва с Евросоюзом, адресант подчеркивает, что разрыв между завышенными ожиданиями от Брексита и реальностью всё увеличивается (*The gap between Brexit's delusions and our everyday reality will become **increasingly inescapable***). Обе партии стоят на пути решения далеко идущих проблем, но в настоящее время обсуждение не представляется возможным, при этом употребляется фраза, которая ставит под сомнение возможность открытого обсуждения:

> ...how can you even begin to think coherently about the UK's long-term prospects when any **truthful** discussion of the present is **off limits**?

Аллюзия, которая была использована вначале, получает свое развитие. В завершение неутешительного политического и экономического анализа положения в стране автор прибегает к стилистическому приему обрамления. Он добавляет из текста песни Пинк Флойд фразу:

> Every year is getting shorter, never seem to find the time / Plans that either come to naught or half a page of scribbled lines**.**

Эта аллюзия, содержащая отрицательную оценку последствий Брексита, предваряет риторический вопрос – каково ощущение будущего у британцев? Ответ содержится в словах: *quiet desperation*, т. е. глубокое отчаяние:

> This is what Brexit has done not just to politics, but our sense of the future. Will we hang on in quiet **desperation** for another year?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ экономического дискурса на материале редакционной статьи британской газеты *The Guardian* выявил следующее:

1) стратегии, лежащие в основе Брексита, оказались несостоятельными. Разрушение долголетних экономических связей привело к значительным трудностям во всех сферах экономической и культурной жизни страны. Политические и экономические последствия выхода из Евросоюза вызвали у британской общественности глубокое разочарование;

2) отрицательная оценка последствий Брексита реализуется в тексте статьи целым рядом способов. Среди них различные части речи: прилагательные, существительные, глаголы, наречия. Большую роль играют морфемы, которые несут в себе негативную коннотацию. Значительная нагрузка в общей негативной оценке последствий Брексита передается многочисленными стилистическими приемами, среди которых прежде всего это метафоры. Такие стилистические и лексические приемы, как эпитет и ирония, также чрезвычайно важны в формировании отрицательной оценки ситуации в стране.

Среди лексических и стилистических приемов особую роль играет аллюзия, которая позволяет усилить эмоциональный компонент, соотнося часть высказывания или все высказывание с общеизвестным текстом, содержащим острый полемический и негативный компонент.

Пунктуация, не имея семантического содержания, высоко прагматична, так как она обладает очень высокой степенью экспрессивности. Случаи употребления тире в тексте статьи позволяют обратить особое внимание реципиента на содержание части предложения, находящейся между тире, которому автор хочет придать весомость;

3) в основном оценка реализуется эксплицитно, за исключением некоторых имплицитно выраженных случаев. Это свидетельствует о желании автора статьи максимально использовать все возможные языковые средства для выражения своего неприятия той драматической экономической ситуации, в которой оказалась Великобритания в результате Брексита;

4) композиция статьи позволяет адресанту в определенном порядке рассмотреть отдельные аспекты последствий выхода Великобритании из Евросоюза и давать им оценку;

5) важным итогом рассмотрения негативных последствий Брексита является высказанное автором мнение о несостоятельности политики как консерваторов, так и лейбористов, деятельность которых автор подверг жесткой критике.

Таким образом, в статье дается негативная оценка экономической и политической ситуации в Великобритании после Брексита.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Vodak R., Meyer M. Critical discourse analysis: History, Agenda, Theory and Methodology. 2nd ed. London: Sage, 2008.
2. Старикова Е. Н., Колесник С. Н. Интерпретация лингвистической оценки в терминах аксиологических суждений // Вестник СамГУ. 2005. №3 (53). P. 232–241. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/interpretatsiya-lingvisticheskoy-otsenki-v-terminah-aksiologicheskih-suzhdeniy/viewer

REFERENCES

1. Vodak, R., Meyer M. (2008). Critical discourse analysis: History, Agenda, Theory and Methodology. 2nd edition. London: Sage.
2. Starikova, E. N., Kolesnik S. N. (2005). The Interpretation of Linguistic Evaluation in Terms of Axiology. Vestnik of Samara University, 3(53), 232–241. https://cyberleninka.ru/article/n/interpretatsiya-lingvisticheskoy-otsenki-v-terminah-aksiologicheskih-suzhdeniy/viewer

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Токарева Наталия Дмитриевна
кандидат филологических наук, профессор
профессор кафедры стилистики английского языка факультета английского языка
Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Tokareva Natalia Dmitrievna
PhD (Philology), Professor
Professor at the Department of English Stylistics, Faculty of the English Language
Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию	17.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	17.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 81-114.2
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_139

Когнитивно-стилистические характеристики аллитерации в современном англоязычном публицистическом дискурсе

К. И. Шпетный

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
kon5804@yandex.ru

Аннотация. Рассматриваются особенности функционирования когнитивно-стилистического приема аллитерации в англоязычном публицистическом дискурсе и языке газеты. Материалом исследования служат тексты современных англо-американских изданий и информационных агентств. Актуальность и новизна работы определяются ролью аллитерации в данном стиле речи наряду с такими фонетическими средствами, как ритм, рифма и ономатопея. Выделены функции аллитерации в современном англоязычном дискурсе.

Ключевые слова: когнитивная стилистика, дискурс, аллитерация, консонанс, ассонанс, заголовок, повтор, ритм, рифма

Для цитирования: Шпетный К. И. Когнитивно-стилистические характеристики аллитерации в современном англоязычном публицистическом дискурсе // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 139–145. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_139.

Original article

Cognitive-Stylistic Characteristics of Alliteration in Modern English Publicistic Discourse

Constantine I. Shpetny

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
kon5804@yandex.ru

Atbstract. Peculiar characteristics of the actualised cognitive-stylistic device of alliteration in the English-language publicistic and media texts are scrutinized. Extracts of up-dated American and British verbal printed matter and publications of information agencies are employed for detailed stylistic analysis. The significance and the novelty of the research can be explicated by a substantial place alliteration occupies in information sources along with such phonetic devices as rhythm, rhyme and onomatopoeia. Speech functions of alliteration are worded.

Keywords: cognitive stylistics, discourse, alliteration, consonance, assonance, title, repetition, rhythm, rhyme

For citation: Shpetny, C. I. (2023). Cognitive-Stylistic Characteristics of Alliteration in Modern English Publicistic Discourse. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7 (875). 139–145 10.52070/2542-2197_2023_7_875_139

ВВЕДЕНИЕ

Цель и предмет нашего исследования составляют особенности функционирования приема аллитерации в англоязычном публицистическом дискурсе на основе базовых положений когнитивной стилистики, которая отражает современный этап развития лингвистической стилистики. «Cognitive stylistics is viewed *nove et nova* as a current stage in the advance of linguostylistics. The chief task of cognitive stylistics is the study of varied structures of knowledge and the description of interrelations that emanate between them and the language on the basis of perception of language as such» [Shpetny, 2019, с. 124].

Сегодня сложно переоценить роль аллитерации для языка СМИ, что и определяет актуальность настоящей работы.

До настоящего времени объектом внимания исследователей при обращении к приему аллитерации обычно являлся и продолжает оставаться художественный дискурс. В нашей работе материалом для изучения данного явления послужили публицистические дискурсы американских и британских изданий последних лет, в частности, мы исследовали 70 газетных заголовков.

АЛЛИТЕРАЦИЯ КАК КОГНИТИВНО-СТИЛИСТИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ

Аллитерация традиционно относится к группе фонетических когнитивно-стилистических приемов наряду с такими средствами, как ономатопея, ритм и рифма, которые следует отличать от каламбура, парономазии, а также фигур поэтической этимологии. Особым видом аллитерации является также тавтограмма.

Интерес к звукоизобразительности речевых единиц имеет довольно большую историю. Это работы Платона (Πλάτων, 428/427 или 424/423 – 348/347 до н. э.), Аристотеля (Ἀριστοτέλης, 384–322 до н. э.), Г. В. Лейбница (Gottfried Wilhelm von Leibniz, 1646–1716), Ш. де Бросса (Ch. de Brosses, 1709–1777), М. В. Ломоносова (1711–1765), В. фон Гумбольдта (W. von Humboldt, 1767–1835), Ж. Н. А. Рембо (J. N. A. Rimbaud, 1854–1891), Андрея Белого (Б. Н. Бугаев, 1880–1934), Велимира Хлебникова (В. В. Хлебников, 1885–1922), Э. Сепира (E.. Sapir, 1884–1939), в лингвистике – это также труды О. Есперсена (O. Jespersen, 1860–1943), Ш. Балли (Ch. Bally, 1865–1947), А. А. Потебни (1835–1891), Л. Блумфильда (L. Bloomfield, 1887–1949), Дуайт Болинджера (D. Bolinger, 1907–1992), Н. Э. Энквиста (N. E. Enkvis, 1925–2009), И. Р. Гальперина (1905–1984), Э. Г. Ризель (1906–1989), И. В. Арнольд (1908–2010), Дж. Лакоффа (G. Lakoff, род. 1941).

Аллитера́ция (лат. *ad* – предлоги *к*, *при* и *lit(t)era* – *буква*) обычно рассматривается в лингвистике как прием речевой организации высказывания, состоящий в повторении одинаковых или сходных согласных или (реже) гласных звуков в слогах слов. В поэтической рифме можно наблюдать в этом случае созвучие в концовках строк.

Традиционное определение термина «аллитерация» находим в словаре Webster's: «The repetition usu. initially of a sound that is usu. a consonant in two or more neighboring words or syllables (as wild and wooly, threatening throng)**»**[1]. По мнению И. Р. Гальперина, **«**alliteration is a phonetic stylistic device which aims at imparting a melodic effect to the utterance. The essence of this device lies in the repetition of similar sounds, in particular consonant sounds, in close succession, particularly at the beginning of successive words**»** [Galperin, 1981, с. 126].

В приводимом ниже примере из заголовка в газете *The New York Times* к статье о расовом неблагополучии в современных США наблюдаем анафорический повтор согласной буквы ***r*** в начальной позиции первых трех слов *revealing*, *racist*, *rant*, сопровождаемый также четырехкратным повтором буквы ***a*** – в начальном неопределенном артикле, в составе двух из этих слов и в названии Лос-Анджелеса. Повторяемые согласные занимают начальную позицию в словах и служат подчеркиванию ритма и звуковому скреплению строки, а также устанавливают дополнительные стилистические переклички между словами, соотнося их по смыслу:

A Revealing Racist Rant in L.A. (*The New York Times, 12.10.2022*).

Название одной из современных американских газет *POLITICO* (первоначально *The Politico,* основана в 2007 году) состоит из ряда однокоренных языковых единиц с серией повторов согласных и гласных букв и звуков, и все они являются этимологически производными от одного корня слов перекрестного древнегреческого, позднелатинского и французского происхождения:

Politics, Policy, Political News – POLITICO[2]**.**

Такой немного навязчивый фонетический повтор слогов *po – li – ti – cs / cy / cal / co* уже при первом предъявлении способствует прагматически быстрому запоминанию наименования информационного источника.

[1]Webster's Third New International Dictionary of the English Language. G.&C. Merriam Co., 1971. Vol. 1. P. 56.

[2]URL: etymonline.com›word/policy

Примечательно, что 35-й президент США Дж. Ф. Кеннеди использовал 21 раз прием аллитерации в своей инаугурационной речи 20 января 1961 года[1].

Явление фонематической аллитерации в английском языке коренится в традиции английского национального фольклора: «The laws of phonetic arrangement in Anglo-Saxon poetry differed greatly from of those of present-day English poetry. In Old English poetry alliteration was one of the basic principles of verse and considered, along with rhythm, to be its main characteristics. Each stressed meaningful word in a line had to begin with the same sound or a combination of sounds» [Galperin, 1981, с. 127].

Следует констатировать, что роль и место, которые занимает прием аллитерации в русском и англоязычном дискурсах, существенно различаются.

На материале анализа аллитерационных повторов в двух стихотворениях американского поэта Р. Уилбера (R. Wilbur, 1921–2017) О. В. Фомушкина отмечает разницу между аллитерацией и консонансом. Консонанс представляет собой «повтор согласных звуков, расположение которых в рамках слова может быть различным: в начале или в конце слова, в ударном или безударном слоге, перед или после гласной» [Фомушкина, 2021, с. 3532]. Автор рассматривает аллитерацию как частный случай консонанса и рассматривает ее как повтор или параллелизм согласных звуков в тех слогах слова, которые являются ударными» [там же].

По мнению Г. В. Векшина, рассматривающего явления фоностилистики на материале русского языка, она «очерчена как область изучения пластических форм речи, где строение звуковой последовательности (установление 'разгоняющих' и 'тормозящих' речь звуковых повторов) интегрировано с ритмико-синтаксическим и лексико-семантическим развертыванием произведения, обеспечивающим членение, выделение и объединение единиц синтагматики текста, его связность, целостность и выразительную способность» [Векшин, 2006, с. 5].

В. К. Ланчиков рассматривает аллитерацию в основном с переводческих позиций и констатирует, что «применительно к прозе можно было бы говорить о собственно аллитерации[2], разделяя ее на *нефиксированную* (когда повторяющаяся согласная в словах аллитерационной цепочки занимает разные позиции) и *фиксированную* (когда позиция согласной в цепочке закреплена). В свою очередь, фиксированная может подразделяться в зависимости от позиции аллитерирующего звука в слове. При повторе начального звука мы имеем дело с *анафорической* аллитерацией[3]» [Ланчиков, 2004, с. 113–114]. Аллитерация также может рассматриваться как характерная черта «авторского идиостиля» [Степанова, 2021].

Автор работы по звукоизобразительности в английском детском поэтическом дискурсе отмечает, что к общим характеристикам фонетической организации жанров английской поэзии относятся звуковые повторы (аллитерация, ассонанс, консонанс) и явления звукоподражания и звукосимволизма [Егорова, 2008]. Она способствует эффективному слуховому восприятию вербального текста и его достаточно быстрому запоминанию, особенно у детей. Исследователи отмечают регулярное использование сочетания аллитерации и звукоподражательной лексики в англоязычной детской литературе [Беседина, 2019].

В отличие от аллитерации, ассонанс, т. е. вид звуковой инструментовки посредством повторения в определенном отрезке дискурса одних и тех же или похожих гласных, в английских пословицах, например, встречается гораздо реже [Алексеева, Федосеева, 2020].

Исследователи уделяют внимание использованию аллитерации и ритма при образовании новых единиц фразеологического типа по моделям структурно-семантической аналогии в английском языке, что предполагает «сочетание сходства в семантическом и структурном планах» [Рахматуллаева, 2018, с. 235].

И. Ю. Павловская справедливо отмечает с фонематических позиций, что «в современном мире, звуковой аспект речи приобретает вновь ту силу воздействия, которой оно обладало в дописьменный период, так как в условиях дефицита времени акустические и визуальные носители информации (телевидение, радио, телефонная связь, видео, CD) всё больше вытесняют традиционный печатный текст» [Павловская, 2001, с. 3]. Поэтому, особенно в последние десятилетия, так заметно усилилась тенденция к широкому использованию в речи средств фонематической организации дискурса. Неслучайно в англоязычных публицистических изданиях можно всё чаще встретить опцию прослушать дискурсы, размещенные на полосе печатного издания.

Действительно, «фоносемантические средства (инструментовка текста, подбор фонестем,

[1] JFK's Inaugural Address. 4 things that made JFK's Inaugural Address so effective, 1961

[2] По Я. Рецкеру, «широкая аллитерация» [Рецкер, 1966].

[3] По Я. Рецкеру, «узкая аллитерация» [Рецкер, 1966].

ритмическая и интонационная организация текста, звуковые повторы: аллитерация, ассонансы, консонансы, парономазия) могут использоваться в речи осознанно или интуитивно в зависимости от условий коммуникации ...» [там же, с. 8].

В целом вопрос экспрессивности и факторов оценочности и окрашенности публицистического дискурса продолжает привлекать внимание лингвистов-исследователей [Гилёва, 2005].

Обратимся к анализу примеров стилистического приема аллитерации в современных англоязычных информационных дискурсах.

Наиболее распространенным типом аллитерации следует признать такой вариант, когда в заголовке повторяется определенная согласная (консонанс) или гласная (ассонанс) буквы, и чаще всего это можно наблюдать в начале слова, иначе говоря, это случай анафорической аллитерации, как в приводимых ниже примерах со словоначальными буквами ***P***, ***B***, ***A***, ***Q***:

POP CULTURE
Psychonauts, Plinths, & Re-Paganizing Pop Culture (*The American Conservative, 01.02.2023*).
Back from the brink: how bison, bears and beavers returned to Europe (*The Guardian, 27.09.2022*).
Apple, Amazon and Alphabet results disappoint (*The Times, 03.02.2023*).
The Year in Quiet Quitting (*The New Yorker, 29.12.2022*).

Подобный анафорический повтор не может не произвести сильного эмоционального воздействия на аудиторию, но необходимо учитывать, что этот повтор согласной не всегда передается при ее произнесении, как в случае с буквой ***c***:

A Climate Change Skeptic's Change of Heart (*The New York Times, 06.11.2022*).

Усилению мелодического наполнения дискурса с аллюзией – ниже в примере согласной ***t*** – может содействовать наличие в его заголовке также междометия с восклицательным знаком ***Whoops***!, функцией которого является именно передача дополнительной эмоции:

Whoops! Behold the Republican Trove of Truly Terrible (*The New York Times, 05.10.2022*).

Регулярно отмечаются случаи одновременного использования и консонанса, и ассонанса в заголовке:

The Promise and Peril of a 'Normal' Politician (*The New York Times, 25.02.2023*).

Why the Waiting Won't End on Election Day (*The US News & World Report, 07.11.2022).*

Во втором заголовке можно также наблюдать распространение приема аллюзии и на подзаголовок в статье, что позволяет автору усилить мелодическую составляющую дискурса:

Election Day isn't expected to produce complete answers about who will win key races and who will control Congress (*The US News & World Report, 07.11.2022*).

Повторение буквы при аллитерации может сопровождаться также и лексико-семантическим повтором. В приводимом ниже примере это двукратное использование слова *Deniers* в статье известного американского экономиста Пола Кругмана на фоне анафорического использования гласной буквы ***e***:

Election Deniers Are Also Economy Deniers (*The New York Times, 09.01.2023*).

Анафорическая аллитерация может сопровождаться лексико-семантическим повтором лексемы с морфологической модификацией:

The Editor Who Edited Salinger (*The New Yorker, 07.01.2023*).

Суффиксальная вариативность *Swimmable and Fishable* усиливает эмоциональную мелодику дискурса, как в ниже приводимом случае:

This Environmental Law Made Half of America's Fresh Waters Swimmable and Fishable (*The New York Times, 26.10.2022*).

Разноместная позиция серии консонанса придает дискурсу особую оригинальность, способствуя усилению его прагматической составляющей: *stash – cash*, *Brangelina – Brussels*, *claims – corruption*, *Qatar – heart*:

A stash of cash, the 'Brangelina of Brussels' and claims of corruption tied to Qatar at EU's heart (*The Sunday Times, 18.12.2022*).

Иногда можно наблюдать фактически два заголовка одной и той же статьи: первый (*is low – by law*) помещается на информационной полосе, а второй (*struggles – skyward*) – при открытии читателем полного формата текста:

- заголовок на информационной странице сайта газеты:

D. C.'s skyline is low – by law. The mayor wants to reshape it (*The Washington Post, 04.02.2023).*

- заголовок текста непосредственно статьи:

As D.C.'s downtown struggles, Bowser looks skyward for answers (*The Washington Post, 04.02.2023*).

Это свидетельствует о прагматическом подходе автора дискурса – привлечь и удержать внимание читателя при первом предъявлении информации.

В другом примере с двумя заголовками прагматическая направленность газеты сопровождается также сокращением самого размера заглавия на титуле издания при сохранении стилистического приема аллитерации:

- заголовок на информационной странице сайта газеты:

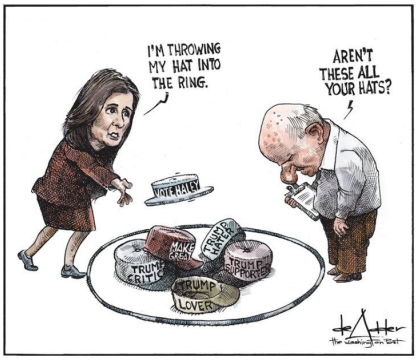
A Story about Employers and Exploitation (*The New York Times, 16.09.2022*).

- заголовок текста непосредственно статьи:

The Story Behind the Averted Rail Strike Is About Employers and Exploitation (*The New York Times, 16.09.2022*).

Аллитерация нередко используется в текстах с рисунками и карикатурами, что усиливает когнитивно-эмоциональную составляющую дискурса, например, консонанс ***ha*** – ***ha*** ниже:

Something to hang your hat on (*The Washington Post, 02.02.2023*).



Comment
105
Gift Article

Аллитерация может сопровождаться приемами цитации и антитезы с использованием цветной иллюстрации для усиления мелодики дискурса:

Don't Buy Biden's 'Buy American' (*The New York Times, 10.02.2023*).

Типичным приемом аллитерации является двухсловный ритмический повтор, корни которого уходят в древние английские фольклорные традиции:

I've Had Enough of My Parents' 'No Pain, No Gain' (*The New York Times, 26.12.2022*).

In Plenty and In Want (*The American Conservative, 25.11.2022*).

'Never as popular as pie and peas': Trevor Beales, Hebden Bridge's lost musical son (*The Guardian, 29.11.2022*).

Of Kafka and Karens (*The American Conservative, 02.01.2023*).

Paris mayor tells scooter riders, push up or push off (*The Times, 05.11.2022*).

Performance and protest, from the hippies to MAGA (*The Washington Post, 12.01.2023*).

Friend or fraud: Seven ways to spot a Ponzi scheme, and other scams (*The Washington Post, 03.02.2023*).

Нередко можно наблюдать когнитивно-стилистическое расширение содержания заголовка через дополнительный концептуальный фрагмент текста, примыкающий непосредственно к его первой части:

The homeless and the holidays. Here's how to make a difference (*Fox News, 04.12.2022*).

Friend or fraud: Seven ways to spot a Ponzi scheme, and other scams (*The Washington Post, 03.02.2023*).

Еще одним распространенным приемом эмоционально-когнитивного усиления информационного содержания в заголовке может быть

использование морфологического ресурса английского языка, например, посредством приставок или иной морфологической модификации:

> Unseparate and Unequal (*The New York Times, 17.10.2022*).
> Why Is the British Pound Getting Pounded? (*The New York Times, 27.09.2022*).

Повтор одной и той же морфемной единицы в заголовке остается весьма востребованным приемом аллитерации в газетном дискурсе. Ниже наблюдаем троекратный повтор лексемы в тексте театральной рецензии:

> Lemons Lemons Lemons review – Wordplay rom-com is short and sharp, but hits a character limit (*The Times, 01.02.2023*).

В приводимом ниже примере представлен комплексный повтор лексической единицы: она включает в себя поэтическую рифму и ритмический рисунок с аллюзией на известное английское детское стихотворение:

> Speaker, Speaker, What Do You See? I See MAGA Looking at Me (*The New York Times, 09.01.2023*).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Когнитивно-стилистический прием аллитерации довольно широко используется в разных функциональных стилях современного английского языка, преимущественно в стилях языка публицистики, художественной литературы (обычно в поэтических текстах), а также в текстах научно-технической и религиозной литературы.

В настоящей статье предметом рассмотрения стали особенности функционирования аллитерации в языке газеты и в стиле публицистики на материале современных дискурсов британских и американских газет и информационных агентств.

Аллитерация сегодня может использоваться в устном вербальном дискурсе. Частными случаями реализации приема аллитерации можно признать музыкально-поэтический дискурс, рекламный текст, названия предприятий, телевизионные программы и дискурс видеоигр.

Аллитерация традиционно относится к разряду фонетических когнитивно-стилистических приемов наряду с такими средствами, как ритм, рифма и ономатопея.

Предпочтение авторы аллитерационных дискурсов отдают чаще всего консонансу и в меньшей степени ассонансу. Оба эти вида аллитерации часто взаимопереплетены в англоязычном публицистическом дискурсе.

Стилистический прием аллитерации в современном англоязычном публицистическом дискурсе может выполнять следующие функции:

- когнитивную;
- прагматическую;
- ритмообразующую;
- эмоционально-усилительную;
- музыкально-мелодическую;
- фольклорно-этническую.

Анализ привлеченного в настоящем исследовании материала показал, что в публицистическом дискурсе прием аллитерации выступает не изолированно, а в связи с различными фонологическими, морфологическими и грамматическими, лексико-семантическими, собственно стилистическими ресурсами языка. Весьма распространены случаи применения авторами публицистического текста приема аллитерации в графических дискурсах, а также в аудио- и видеодискурсах.

Важное место в проблематике узуса данного приема занимает специфика перевода аллитерации английской публицистической речи на другой язык.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Шпетный К. И. Об основаниях когнитивной стилистики // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2019. Вып. 1 (817). С. 370–382.
2. Galperin I. R. Stylistics. L. R. Todd (Ed.). Third edition Moscow: Vysšaja Škola, 1981.
3. Фомушкина О. В. Лингвистические и экстралингвистические параметры функционирования аллитерации в стихотворениях Р. Уилбера // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. № 11. Т. 14. С. 3531–3535.
4. Векшин Г. В. Фоностилистика текста: звуковой повтор в перспективе смыслообразования: автореф. дис. … д-ра филол. наук. М., 2006.
5. Рецкер Я. И. Следует ли передавать аллитерацию в публицистическом переводе? // Тетради переводчика: научно-теоретический сборник / под ред. д-ра филол. наук Л. С. Бархударова. М.: Международные отношения, 1966. Вып. 3. С. 73–77.
6. Ланчиков В. К. К вопросу об аллитерации в английской прозе // Тетради переводчика: научно-теоретический сборник / под ред. С. Ф. Гончаренко. М.: МГЛУ, 2004. Вып. 25. С. 111–122.
7. Степанова С. Ю. Языковые и стилистические особенности аллитерации в современном мультикультурном романе на английском языке // Актуальные проблемы германистики, романистики и русистики. 2021. № 2. С. 85–87.

8. Егорова А. А. Звукоизобразительность в традиционной английской детской поэзии (на материале Nursery Rhymes): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2008.
9. Беседина Е. И. Стилистический эффект сочетания аллитерации и звукоизобразительности в англоязычном художественном тексте // Иностранные языки в современном мире: сборник материалов XII Международной научно-практической конференции, Казань, 06–07 июня 2019 года / под ред. Д. Р. Сабировой, А. В. Фахрутдиновой. Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2019. С. 109–114.
10. Алексеева Т. Е., Федосеева Л. Н.. Стилистические приемы и средства выразительности в английских пословицах // Известия Воронежского государственного педагогического университета. 2020. № 2 (287). С. 159–163.
11. Рахматуллаева Н. Г. Фонетический фактор при образовании единиц по структурно-семантической аналогии в английской фразеологии // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. Вып. 13 (807). С. 235–244.
12. Павловская И. Ю. Фонематический анализ речи. СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 2001.
13. Гилёва А. В. Оценочные стратегии в языке британской качественной и массовой прессы: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2005.

REFERENCES

1. Shpetny, C. I. (2019). On the Basics of Cognitive Stylistics. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 1(817), 370–382. (In Russ.)
2. Galperin, I. R. (1981). Stylistics. Third edition. Edited by L. R. Todd. Moscow: Vysšaja Škola.
3. Fomushkina, O. V. (2021). Linguistic and Extra-Linguistic Features of Alliterative Parallelisms Functioning in R. Wilbur's Poetical Texts. Philology. Theory and Practice, 11(14), 3531–3535. (In Russ.)
4. Vekshin, G. V. Text phonostylistics: sound repetition in the paradigm of sense build-up: abstract of Senior Doctorate in Philology. Institute of Language Studies, Russian Academy of Sciences. Moscow, 2006. (In Russ.)
5. Reczker, Ya. I. (1966). Should alliteration be transliterated in publicistic text translation? In Goncharenko, S. F. (ed.), Tetradi perevodchika (vol. 3, 73–77). Moscow: Mezhdunarodny`e otnosheniya. (In Russ.)
6. Lanchikov, V. K. (2004). On alliteration in English fiction. S. F. Goncharenko (ed.). Tetradi perevodchika: Nauchno-teoreticheskij sbornik, 25, 111–122. Moscow: MSLU. (In Russ.)
7. Stepanova, S. Yu. (2021). Stylistic features of alliteration in modern crosscultural English novel. Aktual`ny`e problemy` germanistiki, romanistiki i rusistiki, 2, 85–87. (In Russ.)
8. Egorova, A. A. (2008). Sound reproduction in traditional children`s poems (Nursery Rhymes): abstract of PhD in Philology. Moscow. (In Russ.)
9. Besedina, E. I. (2019). Stylistic effect of combined alliteration and sound imitation in English fiction text. Inostranny`e yazy`ki v sovremennom mire: Sbornik materialov XII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Kazan`, 06-07 iyunya 2019 goda. / Pod red. D. R. Sabirovoj, A. V. Faxrutdinovoj (pp. 109–114). Kazan`: Kazanskij (Privolzhskij) federal`ny`j universitet. (In Russ.)
10. Alekseeva, T. E., Fedoseeva L. N. (2020). Stylistic means and devices in English proverbs. Izvestiya Voronezhskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta, 2(287), 159–163. (In Russ.)
11. Raxmatullaeva, N. G. (2018). Sound Similarities as a Factor in Creating Nonce Phrases by Structural and Semantic Analogy in English Phraseology. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 13(807), 235–244. (In Russ.)
12. Pavlovskaya, I. Yu. Phonemic analysis of speech. St. Petersburg: Izd-vo S.-Peterb. Un-ta, 2001. (In Russ.)
13. Gilyova, A. V. (2005). Evaluation strategies in the language of British quality and mass newspaper texts: abstract of PhD in Philology. Moscow. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Шпетный Константин Иванович

кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры стилистики английского языка факультета английского языка Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Shpetny Constantine Ivanovich

PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor at the Department of English Stylistics Faculty of the English Language, Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию	27.02.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	14.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 821.512.122+162+164
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_146

Производственный роман в литературе тюркских народов

Ф. А. Дурсунова

Бакинский государственный университет, Баку, Азербайджан
fatimad@bk.ru

Аннотация. В статье рассматриваются жанровые особенности производственного романа в литературе тюркских народов бывшего СССР. Автор показывает, что первые производственные романы возникли под влиянием русской советской литературы, в частности таких произведений, как «Доменная печь» Н. Ляшко и «Цемент» Ф. Гладкова. Политика государственной поддержки литературы народов СССР стала причиной необратимого процесса формирования новой жанровой модификации, которая служила пропаганде политики индустриализации страны.

Ключевые слова: индустриализация, производственный роман, жанровые особенности, литература тюркских народов, русская советская литература

Для цитирования: Дурсунова Ф. А. Производственный роман в литературах тюркских народов // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. Вып. 7 (875). С. 146–151. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_146.

Original article

Industrial Novel in the Literature of Turkic Peoples

Fatima A. Dursunova

Baku State University, Baku, Azerbaijan
fatimad@bk.ru

Abstract. This article discusses the features of the industrial novel in the literature of the Turkic peoples of the former USSR. Reflecting on the processes of the formation of the industrial novel as part of the literature of the Turkic peoples of the former USSR, the author reveals the fact that the first industrial novels arose under the influence of Russian Soviet literature, in particular, such works as the "Blast furnace" by N. Lyashko and the "Cement" by F. Gladkov. The policy of the nationalization of the literature made an irreversible process of forming a new genre modification, which served as the propaganda of the country's industrialization policy.

Keywords: industrialization, industrial novel, genre features, literature of the Turkic peoples, Russian Soviet literature

For citation: Dursunova, F. A. (2023). Industrial Novel in the Literature of Turkic Peoples. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7 (875), 146–151 10.52070/2542-2197_2023_7_875_146

ВВЕДЕНИЕ

Строительство социализма опиралось на индустриализацию, коллективизацию и культурную революцию. Страна, избравшая социалистический путь развития, для реализации собственных задач должна была иметь технически развитую промышленность. В своем обращении к VIII Всероссийскому электротехническому съезду В. И. Ленин отмечал, что «крупная машинная промышленность и перенесение ее в земледелие есть единственная, экономическая база социализма, единственная база для успешной борьбы за избавление человечества от ига капитала» [Ленин, 1974, т. 44, с. 135].

После смерти Ленина курс на индустриализацию страны продолжил его преемник Генеральный секретарь ЦК партии И. В. Сталин. С 18 по 31 декабря 1925 года в Москве проходит XIV съезд РКП(б), названный «съездом индустриализации». Уже в первый день XIV съезда Сталин выступил с докладом, в котором отметил, что одной из главных задач страны является превращение ее в индустриальную державу. Эта речь Сталина определила дальнейший курс на индустриализацию страны.

В 1926 году на апрельском Пленуме ЦК была утверждена резолюция «О хозяйственном положении и хозяйственной политике», согласно которой за рекордно короткие сроки необходимо было добиться развития таких отраслей, как металлургическая и топливная промышленности, машиностроение, промышленность строительных материалов, электроэнергетика и транспорт.

В период самого активного развития промышленности были запущены Днепровская ГЭС, Магнитогорский металлургический комбинат, Сталинградский тракторный завод, Турксиб.

Социалистическая индустриализация проводилась и в национальных республиках СССР. Это полностью соответствовало идеям Ленина по индустриализации страны. Он отмечал, что развитие промышленности приведет к формированию национальных рабочих классов и обеспечит переход этих республик к социализму, минуя капитализм.

Для осуществления успешной индустриализации страны было недостаточно новых технологий и научных достижений. В обществе должно было сформироваться новое миропонимание и новое отношение к труду как к главному фактору этих изменений.

Задача по формированию нового мировосприятия и нового сознания была возложена на советскую литературу, которая была «в тесной и неразрывной связи с социал-демократическим движением» [Ленин, 1974, т. 12, с. 104].

Отражая политику индустриализации страны, в советской литературе появляется такая жанровая модификация, как производственный роман.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ РОМАН В РУССКОЙ СОВЕТСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

«Формирование жанра производственного романа стимулировалось не только изобилием жизненного материала (развитие производства и строительства, ритм первых пятилеток), но и требованиями со стороны литературной критики, которая, будучи посредником между властью и искусством, формулировала политические задачи момента» [Скороспелова, 2003, с. 319].

В данном контексте важно отметить, что производственный роман впервые возник в рамках зарубежной литературы. Основоположником производственного романа принято считать французского писателя Анри Бурильона, известного под литературным псевдонимом Пьер Амп. Анри Бурильон работал на железнодорожной станции, был директором текстильной фабрики и инспектором по труду. Профессиональный опыт помог Бурильону создать цикл романов о труде и производстве «Страда человеческая».

У истоков производственного романа в советской литературе стоят повесть «Доменная печь» Н. Н. Ляшко и роман «Цемент» Ф. В. Гладкова. Оба произведения вышли в свет в 1925 году.

Повесть «Доменная печь» – слабое с художественной точки зрения произведение и больше напоминает автобиографические сведения о герое-слесаре Василии Короткове, который прошел Гражданскую войну, управлял коммунальным отделом в одном из небольших городков, затем участвовал в восстановлении завода, где работал до Революции, занимался организацией бытовой коммуны, строительством детского дома. Повесть можно назвать неким руководством к действию для советских рабочих. В повести нет особых деталей, связанных с личной жизнью героя, не называются даже имена его жены и детей, нет описания его переживаний. Автор сфокусирован на идее Василия Короткова запустить чугунолитейный завод, который пришел в упадок в период Гражданской войны. Реализовать дело жизни Короткову мешает заводской комитет или так называемые завкомщики. Они обвиняют его в том, что он вмешивается не в свое дело, и тем самым будоражит массы. Василий Коротков, в свою очередь, считает, что имеет полное право, ведь он участник Революции и Гражданской войны. Он созывает общезаводское собрание, где произносит пламенную речь:

> Расползаются наши силы, а без них все наши бани, сады, коммуны – пустая егозня и пыль. Без заводов, без машин, без железа нас за горло возьмут (*Н. Ляшко. Доменная печь*).

На собрании принимается решение по запуску завода. В день запуска царит праздничная атмосфера, люди наполнены надеждой, с волнением в груди Коротков говорит:

> – Пошел завод, и мы ожили (*Н. Ляшко. Доменная печь*).

Роман «Цемент» Ф. Гладкова также нельзя назвать высокохудожественным произведением, но оно уже сформирован как роман. Многолинейность сюжета охватывает жизнь не только главного героя Глеба Чумалова, но и других персонажей произведения. Весьма неоднозначна и сюжетная линия, связанная с семейными коллизиями главного героя.

Героев Глеба Чумалова и Василия Короткова объединяет одна судьба: оба по специальности слесари, прошли Гражданскую войну, после возвращения в родной поселок видят вокруг разруху, завод заброшен и пришел в запустение. Также, как и Василия Короткова, Глеба Чумалова возмущает тот факт, что рабочие заняты не своим делом, одни разводят коз, другие делают зажигалки на продажу. Он понимает, что вернуть к жизни бывших рабочих может только завод. Чумалов пытается вновь запустить завод, но препятствий на этом пути больше, чем у Короткова.

Преодолеть все эти препятствия можно было только объединившись, но за годы застоя рабочие превратились по выражению самого Чумалова в «козьи пастухи». Он пытается найти путь к их сердцам, чтобы вновь зажечь в них пламя любви к производственному труду. На собрании местной ячейки РКП он выступает с убедительной речью:

> – Мы, большевики, особой породы. Какая душа – такие руки, такая работа мозгам. Что такое новая экономическая политика? Это – бей черта по зубам хозяйственным строительством. Мы – производители цемента. А цемент – это крепкая связь. Цемент – это мы, товарищи, рабочий класс. Это надо хорошо знать и чувствовать… Довольно бездельничать и заниматься козьими интересами. Пора перейти к нашему прямому делу – к производству цемента для строительства социализма (*Ф. Гладков. Цемент*).

И в этой речи героя мы слышим истинный замысел названия романа: цемент – символ нерушимости рабочего класса.

В последующие годы появляются десятки производственных романов, среди которых особняком стоят такие, как «Время, вперед!» (1932) В. Катаева, «Не переводя дыхания» (1935) и «День второй» (1934) И. Эренбурга, «Соть» (1929) Л. Леонова.

«В жанре производственного романа в сравнительно короткий срок выкристаллизовалась жесткая сюжетно-композиционная схема. Действие проходило на знаменитых стройках первой пятилетки: Магнитке, Кузнецке, Комсомольске-на-Амуре или на крупном предприятии, имеющем стратегическое значение для района или для страны в целом» [Скороспелова, 2003, с. 320].

«УГОЛЬНЫЙ РОМАН» В КАЗАХСКОЙ СОВЕТСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Возникновение производственного романа в казахской литературе связано с освоением Карагандинского угольного бассейна. Караганда стала символом становления нового казахского рабочего класса. Крупные эпические полотна, которые можно идентифицировать как производственные романы, появились в казахской литературе уже после Второй мировой войны. Первыми образцами стали романы Г. Мустафина «Караганда» (1952) и Г. Мусрепова «Пробужденный край» (1953). Возьмем на себя смелость назвать их «угольными романами». Оба романа посвящены строительству индустриальной Караганды в 1930-е годы и занимают важное место в художественной разработке таких тем соцреалистической литературы, как формирование рабочего класса и процессы индустриализации страны.

«Караганда» Г. Мустафина в некоторой степени автобиографичный роман. Автор пришел на шахты Караганды еще в досоветскую эпоху, а в 1930-е годы, переехав в строящийся город, работал в газете «Пролетариат Караганды». Автор стал непосредственным очевидцем масштабного строительства и превращения Караганды в мощную угольную базу огромной страны.

Г. Мустафин ставит перед собой задачу показать процессы развития города: становление его от убогого степного поселения до крупного шахтерского города. Вначале автор описывает жизнь бедных кочевников-казахов, приехавших в эти края на заработки и живущих в землянках, выкопанных близ шахт. Но со временем, или, вернее, с приходом советской власти, на смену черным норам землянок приходят комфортабельные дома, здания школ, больниц и театров. Некогда пустынная земля, где люди вели битву за ведро воды, превращается в зеленый город с парками и садами.

Однако ключевой задачей романа было изображение причин столь чудесного перевоплощения. Неслучайно роман начинается с приезда

группы специалистов из Донбасса и Москвы для строительства советской Караганды.

Руководитель группы Щербаков произносит пылкую речь перед местными жителями:

> – Нас направила сюда Коммунистическая партия, чтобы помочь братскому казахскому народу разбудить для жизни эту широкую степь. По решению советского правительства крохотный и убогий угольный промысел должен превратиться к концу пятилетки в могучий индустриальный центр (*Г. Мустафин. Караганда*).

Казахский рабочий Ермек передает ключи от промысла Щербакову, что символизирует начало новой эпохи в жизни этих земель – эпохи социалистического строительства нового промышленного города. Роман «Караганда» характеризуется многообразием человеческих судеб. Все герои романа проходят тяжелый путь от забитых и отсталых людей до творцов новой эпохи, «быстро и прочно усваивая и культурные навыки, и навыки нового, социалистического общежития» [Богданова, 1960, с. 382].

Интересен образ Мейрама Омарова – представителя нового поколения казахской интеллигенции. Мейрам, окончив институт, получает назначение в Караганду, в качестве парторга предприятия. Пытливый ум, желание работать на благо народа – эти качества способствуют его карьерному росту от парторга до секретаря горкома партии. Автор отмечает:

> В последние годы Мейрам черпал знания только из книг, а теперь ему открывалась богатая сокровищница метких слов и мыслей, рожденных творчеством народа (*Г. Мустафин. Караганда*).

Тем самым автор стремится подчеркнуть, что новый советский человек в Казахстане – это синтез мыслей, рожденных творчеством народа и великой Революцией.

В романе прослеживаются определенные параллели с повестью «Доменная печь» и романом «Цемент». Здесь также повествуется о восстановлении производства, приостановленного в период Революции и Гражданской войны, героям приходится поднимать производство из руин, но самым сложным делом оказывается перестройка сознания людей. Как говорил один из персонажей повести «Доменная печь»:

> Самое трудное – косность наша (*Н. Ляшко. Доменная печь*).

И здесь находятся герои, такие как Иса, которым сложно принимать новые реалии:

> И промысел пускать трудно, и колхозы строить не легко. Не знаю, зачем люди создают себе трудности. Жили бы по старинке (*Г. Мустафин. Караганда*).

Старый шахтер Щербаков, механик Козлов, слесарь Лапшин, инженер Орлов даны в виде собирательной схемы добродетели, готовые всегда прийти на помощь братскому казахскому народу. В их руках ключи, которыми они откроют замки:

> И передадут в распоряжение народа принадлежащие ему сокровища (*Г. Мустафин. Караганда*).

«НЕФТЯНОЙ РОМАН»: ПЕРВЫЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ РОМАНЫ В ЛИТЕРАТУРЕ АЗЕРБАЙДЖАНА И ТУРКМЕНИСТАНА

Становление производственного романа в азербайджанской литературе неразрывно связано с нефтедобывающей промышленностью. Первым производственным романом в азербайджанской литературе принято считать роман «Апшерон» Мехти Гусейна, написанный в 1947–1948 годах. С романом «Апшерон» в азербайджанской литературе появляется ряд романов о рабочих-нефтяниках, которые условно можно назвать «нефтяными романами».

Роман «Апшерон» «о самоотверженной борьбе бакинских рабочих и инженеров за нефть» стал новой вехой не только в творчестве автора, но и в развитии азербайджанской литературы в целом [Дадаш-заде, 1979, с. 170]. М. Гусейн создал новые образы рабочих-нефтяников, изобразив становление новых национальных кадров в динамике их развития. Все события в романе развиваются вокруг личности Таира Байрамлы, который проходит путь от простого рабочего до известного бригадира. Роман насыщен производственными деталями. Образы и действия героев весьма убедительны. Добиться такого яркого изображения картин промышленного производства на промыслах автору удается благодаря долгому и скрупулезному изучению труда нефтяников. Смеем предположить, что многие герои романа имели реальных прототипов.

В 1954–1958 годах М. Гусейн работает над романом «Черные скалы», который стал сюжетным продолжением романа «Апшерон». Мы вновь встречаем нашего героя Таира Байрамлы, но уже как известного и опытного бурового мастера. Роман выстроен в ином ключе, нежели его предшественник «Апшерон». Проблематика «Черных скал» не укладывается в рамки производственного романа, здесь поставлены важнейшие вопросы морально-этического характера. Сюжетная линия

романа выстраивается вокруг борьбы передовых людей против карьеристов и политических авантюристов.

Вслед за романом «Абшерон» М. Гусейна в азербайджанской литературе появляются такие произведения, как роман «Тайны недр» М. Сулейманова о бакинских нефтяниках, «Мингечаур» А. Садыка о строительстве Мингечаурской ГЭС, «Горы гудят» И. Шихлы о тружениках дашкесанских месторождений.

В 30-е годы в Туркменистане начинает развиваться добыча нефти, формируется новый рабочий класс. В 1933 году открывается крупное месторождение Небит-Даг, после открытия которого в Туркменистане налаживается промышленная добыча нефти. Недалеко от месторождения закладывается город нефтяников Небит-Даг.

Последний роман известного туркменского писателя Берды Кербабаева «Небит-Даг» (1957), ставший первым крупным прозаическим произведением в туркменской литературе о рабочем классе, был посвящен освоению месторождения Небит-Даг; события разворачиваются в одноименном городе:

> Весь в садах и бульварах. В его кварталах забываешь, что ты в пустыне. Здесь найдешь все, что должно быть в любом советском городе: горисполком с госторгинспекцией, госстрахом и горпланом, горком партии с его отделами, банки, прокуратуру, милицию, сберкассы, школы, гостиницы, библиотеки, дома культур (*Б. Кербабаев. Небит-Даг*).

Произведение начинается с воспоминаний жены старого бурового мастера Атабая Мамыш. Ненастный день напомнил ей времена, когда они с мужем жили в ауле Гарагель на острове Челекен, где он работал на нефтяных промыслах. Яркие картины былой жизни всплывают в памяти Мамыш. Однажды в сильную бурю, когда все мужчины были на буровой, она вместе с еще совсем маленький сыном Нурджаном не смогла закрепить кибитку, и та рухнула:

> Мать и Нурджан упали, а жерди и подпорки сомкнулись над ними и образовали подобие пещеры. Они лежали в ней, исцарапанные, в крови, пока не сбежались соседи (*Б. Кербабаев. Небит-Даг*).

Но с того времени прошло много лет, теперь они живут в каменном доме в отстроенном зеленом городе, к которому ведут автомобильные и железные дороги. Сын Нурджан работает оператором на нефтяных промыслах, а старший сын Аман – парторг бурового предприятия. Автор использует интересный прием: через воспоминания своего героя ведет читателя от прошлого к настоящему, иллюстративно демонстрируя преимущества советского настоящего.

Все события в романе, так или иначе, связаны с нефтью. Нефть стала причиной возникновения города, все надежды и чаяния жителей города связаны с нефтью. В ста километрах от Небит-Дага находится район разведки нефти Сазаклы, где геофизики прогнозируют скопление нефти, однако буровые работы не дают результатов, из скважин вырываются газовые фонтаны. Начальник бурения Аннатувак Човдуров считает, что нефти в Сазаклы нет, ему возражает главный геолог Султан Сулейманов. Главный инженер Андрей Сафронов принимает сторону Сулейманова. Аннатувак Човдуров, Султан Сулейманов, Андрей Сафронов – совершенно новые образы туркменской литературы, кадры национальной технической интеллигенции.

Опытный геолог Сулейманов уверен в своей правоте и требует продолжения буровых работ в Сазаклы. Човдуров молод, энергичен и нетерпим – хочет видеть результаты здесь и сейчас. Сафронов доверяет многолетнему опыту Сулейманова.

В романе особый интерес представляет образ Човдурова. Нет однозначной характеристики героя, как положительного или отрицательного, что было свойственно литературе сталинской эпохи. С одной стороны, это одаренный, неутомимый, напористый, готовый работать дни напролет человек, с другой – нетерпим к мнению других, считает верной только свою точку зрения, в отношениях с коллегами неделикатен и резок. Но со временем Човдуров понимает, что, проявляя такое отношение к товарищам, он теряет их уважение. Он осознает свои ошибки, и это становится причиной изменений в его характере. Но это не сказочное перевоплощение, которое мы часто встречаем в туркменских дастанах. Терпение и любовь близких товарищей помогают Човдурову измениться и встать на путь самоисправления.

Умение признать и исправить ошибки, оставить обиды и объединиться вокруг общего дела дают героям возможность добиться успеха. Финал романа: из скважины в Сазаклы забила нефть, вокруг всеобщее ликование, люди переживают минуты счастья, подаренные успехом общего дела.

Роман «Небит-Даг» сыграл важную роль в формировании нового жанра в туркменской литературе – производственного романа. Веками знавший только земледелие и скотоводство туркменский народ принимал индустриализацию, были проблемы с национальными рабочими кадрами. Автору удалось создать яркий образ национальной технической интеллигенции. Эти образы героев романа прочно вошли в литературу советского Туркменистана.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Производственный роман сформировался в литературе тюркских народов СССР под влиянием русской советской литературы. Первые производственные романы русской советской литературы, такие как «Доменная печь» Н. Ляшко и «Цемент» Ф. Гладкова, послужили толчком для творчества тюркских писателей. Тем не менее производственные романы в литературах тюркских народов обрели определенные особенности. В первую очередь стоит отметить, что романы писались уже в послевоенные годы и героями романа становились не участники гражданских войн, а ветераны Великой Отечественной войны. Авторы были сфокусированы на создании таких новых образов, как кадры национальной технической интеллигенции. Тюркские народы в большинстве своем занимались земледелием и скотоводством, поэтому становление такой новой социальной группы, как рабочий класс, было сопряжено с определенными трудностями.

Согласно марксистской теории о диктатуре пролетариата, в социалистическом обществе рабочий класс должен занимать ведущее положение. Производственные романы были направлены на решение важной задачи – становление рабочего класса в национальных республиках. Они способствовали росту политической зрелости рабочего класса и были важным элементом идеологической работы по формированию нового общественного сознания.

В производственных романах тюркских народов особое внимание уделялось теме дружбы и братства народов СССР, что являлось неотъемлемой частью идеологии социалистического строя. Кроме того, в романах также подчеркивался значительный вклад русских рабочих в индустриализацию национальных республик.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ленин В. И. Полное собрание сочинений: в 55 т. 5-е изд. М.: Политиздат, 1974. Т. 44.
2. Ленин В. И. Полное собрание сочинений: в 55 т.. 5-е изд. М.: Политиздат, 1974. Т. 12.
3. Скороспелова Е. Б. Русская проза XX века: от А. Белого («Петербург») до Б. Пастернака («Доктор Живаго»). М., 2003.
4. Богданова М. И. История литератур народов Средней Азии и Казахстана. М.: Изд-во Московского университета, 1960.
5. Дадаш-заде М. Азербайджанская литература. М.: Высшая школа, 1979.

REFERENCES

1. Lenin, V. I. (1974). Polnoye sobraniye sochineniy = Complete works (vol. 44): in 55 vols. 5th ed. Moscow: Politizdat. (In Russ.)
2. Lenin, V. I. (1974). Polnoye sobraniye sochineniy = Complete works (vol. 12): in 55 vols. 5th ed. Moscow: Politizdat. (In Russ.)
3. Skorospelova, E. B. (2003). Russkaya proza XX veka: ot Belogo (“Peterburg”) do B. Pasternaka (“Doktor Jivago”) = Russian prose of the twentieth century: from A. Bely (“Petersburg”) to B. Pasternak (“Doctor Zhivago”). Moscow. (In Russ.)
4. Bogdanova, M. I. (1960). Istoriya literatur narodov Sredney Azii i Kazahstana = The history of literature of the peoples of Central Asia and Kazakhstan. Moscow: Publishing House of Moscow University. (In Russ.)
5. Dadash-Zade, M. (1979). Azerbaydjanskaya literature = Azerbaijani literature. Moscow: Visshaya shkola. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Дурсунова Фатима Аскер-гызы

кандидат филологических наук
доцент кафедры тюркологии Бакинского государственного университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Dursunova Fatima Asker

PhD (Philology)
Associate Professor of the Department of Turkology, Baku State University

Статья поступила в редакцию	20.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	18.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 821.111
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_152

Цена успеха: крушение «американской мечты» в драматургии США середины XX века

М. К. Хараз

Литературный институт им. А. М. Горького, Москва, Россия
miracass.h@gmail.com

Аннотация. Концепция «американской мечты» превалирует в произведениях американских драматургов; интерес представляет развитие этой темы и разочарование в ней в середине XX века, когда американское общество восстанавливалось после Великой депрессии (1929–1939) и Второй мировой войны (1939–1945). В статье рассматриваются отдельные произведения ведущих драматургов эпохи, выделяются черты и символы, иллюстрирующие концепцию, анализируется их использование в качестве инструментария деконструкции концепта.

Ключевые слова: американская мечта, Юджин О'Нил, Артур Миллер, Теннесси Уильямс, Эдвард Олби, американская драматургия

Для цитирования: Хараз М. К. Цена успеха: крушение «американской мечты» в драматургии США середины XX века // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 152–158. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_152.

Original article

The Price of Success: The Collapse of the "American Dream" in mid. 20th Century American Theatre

Harraz Mira Cassandra

Maxim Gorky Literature Institute, Moscow, Russia
miracass.h@gmail.com

Abstract. The idea of the "American dream" is prevalent in the works of great American playwrights; the concept's evolution and disappointment therein in the middle of the 20th century, in the aftermath of the Great Depression (1929–1939) and World War II (1939–1945), is that of great interest. In the article, several plays by this era's leading playwrights are analyzed, the main features, symbolic and thematic, which illustrate the concept, as well as the ways in which they are used in deconstructing the concept are highlighted.

Keywords: American dream, Eugene O'Neill, Arthur Miller, Tennessee Williams, Edward Albee, American theatre

For citation: Harraz, M. C. (2023). The Price of Success: The Collapse of the "American Dream" in mid. 20th Century American Theatre. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 152–158. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_152.

ВВЕДЕНИЕ

Рассмотрим, что собой представляет концепция «американской мечты». В Декларации независимости США сказано: «Мы исходим из той самоочевидной истины, что все люди созданы равными и наделены их Творцом определенными неотчуждаемыми правами, к числу которых относятся жизнь, свобода и стремление к счастью».[1] На этих идеалах строилось американское общество, хотя, разумеется, в XVIII веке равенство виделось не таким, как сейчас. Словосочетание «американская мечта» впервые встречается в трактате экономиста Дж. Т. Адамса «Эпос об Америке» 1931 года: «The American dream, that dream of a land in which life should be better and richer and fuller for every man, with opportunity for each according to his ability or achievement» [Adams, 1931, с. 404]. Адамс подчеркивает, что успех и признание может получить каждый, вне зависимости от благосостояния семьи или удачного положения в обществе. Таким образом, к XX веку идея равенства стала распространяться на разные группы и слои общества и эволюционировала в представление о том, что в Америке всем даны равные возможности, а чтобы разбогатеть, нужны желание работать и умение находить контакт с людьми. Таким образом, американская мечта подразумевает право и возможность каждого достичь материального успеха за счет собственного труда и личностных качеств (харизмы). В послевоенные годы к идее американской мечты добавился образ семьи – счастливые в браке родители, пара детей, загородный домик с белым забором.

Многие американские авторы критиковали и иронично переосмысляли идею американской мечты; это заметно в литературе начала XX века, в особенности – в произведениях, созданных во время и после Великой депрессии и Второй мировой войны, событий, глубоко потрясших общество. Герои, о которых речь пойдет дальше, настолько уверовали в мечту, что в той или иной степени утратили связь с реальностью, почти все лишились жизни и / или лишили жизни других, т. е. единственное, что американская мечта гарантирует согласно драматургической рефлексии – это боль и смерть.

АНАЛИЗ ПЬЕСЫ Ю. О'НИЛА «РАЗНОСЧИК ЛЬДА ГРЯДЕТ»

В пьесе «Разносчик льда грядет» («The Iceman Cometh», 1939) Юджин О'Нил показывает ночлежку начала XX века и ее посетителей – судимых, ветеранов, проституток, бывших анархистов и др. Почти у всех действующих лиц есть приписка *one-time* (т. е. *когда-то*, *некогда*) тот-то, что подчеркивает их «пустое» положение сейчас [Пинаев, 2013]. Это делает постояльцев и посетителей похожими на души в чистилище или призраков на кладбище, а их титулы – на надгробья; вообще смерть – лейтмотив всей пьесы, это ясно даже из названия: под разносчиком льда имеется в виду именно смерть, а *грядет* (*cometh*) придает заглавию зловещий тон и отсылает к Библии. Большинство посетителей ночлежки продолжает существовать, только цепляясь за несбыточные мечты. Сразу чувствуется связь с другой известной пьесой – «На дне» Максима Горького (1901–1902). О'Нил был знаком с этим произведением и считал его великим [Пинаев, 2013].

Когда в ночлежку Харри Хоупа в очередной раз заезжает коммивояжер Хикман (Хикки), он ведет себя не так, как обычно, – не устраивает пьяную вечеринку, во время которой постояльцы ночлежки могут ненадолго забыться, а рассказывает, что «нашел путь к истинному счастью» и «призывает всех последовать его примеру». По его мнению, постояльцы ночлежки должны избавиться от иллюзий путем попытки их реализации: «разочаровавшись в надеждах и ложных стремлениях, они увидят <…> свое истинное "я"» [Пинаев, 2013, с. 67], и душа обретет покой. Все, разумеется, терпят крах, пугаются и отчаиваются. Хикки рассказывает, как сам стал «просветленным» – убил жену («оставил ее валяться с разносчиком льда»), чтобы избавить от страданий, которые он ей причинял своими изменами. Хикки осознает, что убил жену не из любви к ней, а из ненависти, и так рушится его последняя иллюзия. Постояльцы в конце концов понимают, что он всего лишь вводил всех в заблуждение, и вновь погружаются в прежние иллюзии. Обещанное «просветление» обретают два персонажа: один (Хикки) идет с повинной в полицию, другой (Дон Пэррит, сдавший мать-анархистку властям) кончает жизнь самоубийством. Один из главных персонажей, бывший анархист Ларри, окончательно убеждается в том, что «единственный ответ» – смерть [там же]. Таким образом, мы видим экзистенциально-нигилистический финал, намек на который был дан в начале пьесы, когда Ларри цитирует Гейне:

> Заснуть отрадно, умереть отрадней,
> Но лучше не родиться никогда
>
> *Г. Гейне. Морфина*

Драматурги, следующие традициям О'Нила, не вступают в полемику с этой идеей, и финалы их пьес, за редким исключением, носят такой же пессимистический характер.

[1] URL: http://www.hist.msu.ru/ER/Etext/indpndnc.htm

АНАЛИЗ ПЬЕС А. МИЛЛЕРА «ВСЕ МОИ СЫНОВЬЯ» И «СМЕРТЬ КОММИВОЯЖЕРА»

Фамилия Артура Миллера практически синонимична словосочетанию «критика американской мечты». Драматург знал о ней не понаслышке: его отец Исидор Миллер ребенком переехал в Америку из маленького городка в Галиции и построил лучшую жизнь – открыл бизнес по производству женской одежды, у него было несколько сотен сотрудников, семья жила на Манхэттене, имела два дома, домработницу и личного шофера. Но в 1929 году началась Великая депрессия, Миллеры потеряли почти всё, что у них было, и перебрались в Бруклин [Bigsby, 2005], куда автор поселил семью Ломанов из «Смерти коммивояжера». Миллер рассматривает, как «погоня» за деньгами и статусом разрушает душу человека. Ярчайшие примеры: «Все мои сыновья» («All My Sons», 1947) и «Смерть коммивояжера» («Death of a Salesman», 1949).

Во «Всех моих сыновьях» Миллер изображает последствия Второй мировой войны на примере семьи Келлеров. На наш взгляд, не последнюю роль в этом произведении играет мотив самообмана. В начале действия мы узнаем, что Кэт, мать «пропавшего на войне» Ларри, заказала его гороскоп, чтобы узнать, был ли день его пропажи благоприятным. Как бы тот или иной человек ни относился к астрологии, очевидно, что в данном случае это – спасительная соломинка, за которую мать хватается в отчаянии. Отец семейства Джо считает гороскопы бессмыслицей, но его самообман в разы масштабнее. За полтора года до начала действия пьесы Джо и его партнера Стива судили за поставку армии бракованных деталей, из-за которых разбился 21 пилот; Джо свалил всю вину на партнера, поэтому сам остался на свободе, а того отправили в тюрьму. Сын Джо, Крис, и дочь Стива, Энн, не ставят историю Джо под сомнение. Когда, однако, выясняется, что он подставил Стива и на деле виноват в той же степени, Крис приходит в ужас и испытывает к отцу отвращение. Джо не раскаивается, ведь он считает, что поступил, как было необходимо, чтобы не лишиться бизнеса, чтобы его семья не осталась без еды и крыши над головой; он глубоко убежден в правильности своего поступка, как минимум в том, что его можно понять:

> Если мои деньги – грязные деньги, то в Америке нет ни одного чистого цента. <…> Война и мир – это доллары и центы, серебро и медь, что же здесь чистого? Половине этой проклятой страны место в тюрьме, а не мне одному (*А. Миллер. Все мои сыновья. Перевод Е. Голышевой*).

Однако в самом конце мнение Джо меняется, когда он узнает, что трагедия касается не только безымянных для него пилотов, но и его лично – выясняется, что Ларри покончил с собой из-за отвращения к поступку отца. В своей предсмертной записке для Энн он написал:

> Что ни день, в нашей части гибнут трое, четверо ребят, а он сидит там и «делает деньги». <…> Через несколько минут я вылетаю на задание, и вам, вероятно, сообщат, что я пропал без вести. Тогда знай, что меня не надо ждать. (*А. Миллер. Все мои сыновья. Перевод Е. Голышевой*).

Джо, наконец, понимает, что есть вещи выше бизнеса и семейных отношений, и, раскаявшись, стреляется. Всю пьесу он предстает сильным патриархом, авторитетом; у него любящие жена и сын, хороший дом, успешный бизнес; его жизнь не лишена и горя – он потерял на войне сына, но эта печальная судьба коснулась многих семей как в США, так и в любом участвующем в войне государстве. Джо был искренне и глубоко убежден, что надо поддерживать свое предприятие во что бы то ни стало:

> Ты вложил сорок лет в свое предприятие, а они вышибут тебя в пять минут. Что ж, позволить им зачеркнуть эти сорок лет? Всю мою жизнь? (*А. Миллер. Все мои сыновья. Перевод Е. Голышевой*).

Однако после предсмертной записки сына мировоззрение Джо меняется. Собственное предприятие и образ семьи, т. е. видимое благополучие в соответствии с американской мечтой, затмили его «моральный компас». Его последняя реплика – о Ларри и погибших солдатах:

> – Ну да, он был моим сыном. Но для него все они были моими сыновьями. И так оно, пожалуй, и есть… (*А. Миллер. Все мои сыновья. Перевод Е. Голышевой*).

Кратко рассмотрим элементы символизма в этой пьесе; на наш взгляд, этот аспект произведений Миллера довольно часто остается без внимания. Миллер детально описывает участок перед домом Келлеров, в частности, обломанную молодую яблоню на переднем плане; дерево было посажено в память о Ларри, несмотря на то, что Кэт всё еще верит в его возвращение. Она проводит четкую параллель между Ларри и посаженным деревом: считает, что было неправильно сажать яблоню, если сын еще жив, а когда дерево ломается, Кэт уверена, что это связано с приездом бывшей невесты сына – оба события произошли в один день. Также примечательно, что яблоня ломается незадолго до дня рождения Ларри. Что касается символики: яблоня должна приносить плоды, и на обломанной верхушке они есть, но очевидно, что следующего урожая не будет, потому что *молодое*

дерево, заботливо посаженное людьми, чтобы оно росло в безопасности, погибает от ветра. Точно так же юноши погибают на войне, которая для рядового человека – такая же роковая сила, как ветер для яблони, и Ларри, казалось бы, с любовью выращенный семьей, покончил с собой из-за аморального поступка отца, был сломлен предательством родного человека.

Главный герой «Смерти коммивояжера» Вилли Ломан – идеальный пример «маленького человека» (стоит отметить, что Вилли «мал» и физически – он низкий и худой, сравнивается с креветкой, однако если роль исполняет полный актер – с моржом). Пьеса построена не линейным образом: настоящее перемешивается с флешбэками и разговорами Вилли с призраком недавно умершего брата, Бена, которого Вилли идеализировал всю жизнь. Этот призрак настолько же реален, как и сама американская мечта Вилли. Он проработал коммивояжером больше тридцати лет, всю жизнь думая не о настоящем, а о будущем; однако заняться более прибыльным предприятием, как сделал Бен, ему не позволял страх. Вилли был убежден, что достаточно связей и харизматичности, чтобы преуспеть и легко зарабатывать в старости. Это основные инструменты достижения американской мечты. В итоге он не только не становится богатым, но даже не успевает выкупить собственный дом, и до старости не доживает, а совершает самоубийство в 63 года, чтобы его страховка досталась старшему сыну Бифу. Из воспоминаний Вилли ясно, что он гордится детьми, он уверен, что они далеко пойдут. Младший Хэппи высот не добился, а старший уехал на запад работать на фермах; денег это не приносило, но он был счастлив. Надежды, возложенные на Бифа в подростковом возрасте, были нереалистичными [Дубодел, 2015]; отказ им соответствовать – одна из основных причин, по которым Биф уехал из дома.

Стоит отметить, что герои Миллера, особенно в контексте американской мечты, не ставят себе цели быть счастливыми, их цели либо материальные (выкупить дом, сохранить предприятие), либо связаны с тем, как их воспринимают окружающие (Хэппи хочет показать, что он «не хуже» других, и после смерти Вилли твердо решает остаться в городе, чтобы доказать: смерть отца не была напрасной). Нравственное развитие имеет значение только в контексте достижения материального успеха и следующего за ним признания. Единственный не вписывающийся в эту схему персонаж – Биф, но даже призыв к отцу бросить пустые мечты ничего не меняет. Вилли одержим американской мечтой, он говорит: «…[Э]тот мальчик будет великим человеком». И призрак Бена ему вторит:

> …если ему дать в руки двадцать тысяч долларов! (*А. Миллер. Смерть коммивояжера. Перевод Е. Голышевой*).

В итоге Вилли лишает себя жизни ради этой суммы. На похоронах сыновья только утверждаются в своих намерениях: Биф хочет уехать и работать руками, Хэппи обещает чего-то добиться в городе, чтобы все увидели, что Вилли Ломан умер не зря. Он, вслед за Вилли, воплощает идею, что главное в человеке – его положение в обществе. Можно предположить, что его ждет похожая судьба – когда он перестанет приносить доход своей компании, его уволят, «выкинут на помойку». Когда мать, Линда, остается у могилы одна, она произносит прощальный монолог, который заканчивается словами, подтверждающими бессмысленность смерти Вилли:

> Сегодня я внесла последний взнос за дом. Как раз сегодня. А в доме некому жить. Мы совсем никому не должны. Мы свободны от всяких долгов. Совсем свободны (*А. Миллер. Смерть коммивояжера . Перевод Е. Голышевой*).

Для подобных Вилли героев реальность затмевается идеей, образом, мечтой. В случае с Вилли, это мечта о признании, богатстве и наследии. Вилли отчаянно цепляется за прошлое, как в личной жизни, так и на работе (рассказывает о «былой славе»), потому что он не чувствует твердой земли под ногами. Поэтому же он держится за воспоминания о старшем брате:

> Ты мне так нужен, Бен. <…> отец уехал, когда я был еще совсем ребенком, и я не мог ни разу с ним поговорить. А я все еще чувствую себя в жизни… как бы это выразиться… вроде временного постояльца (*А. Миллер. Смерть коммивояжера . Перевод Е. Голышевой*).

Это подвешенное состояние и приводит Вилли к кончине [Дубодел, 2013]. Когда он про себя обсуждает с Беном «за» и «против» самоубийства, он возится во дворе, пытаясь посадить семена, говоря, что человек не может умереть так же, как родился, он должен что-то после себя оставить. Можно провести параллель с яблоней из «Всех моих сыновей»: если Вилли отчаянно хочет «возвести сад» для сыновей, но у него едва ли это получается (даже ценой собственной жизни), то Джо преуспевает и даже выращивает яблоню, но дерево внезапно погибает на родном дворе. Итак, важный посыл американской мечты – надо работать и зарабатывать, чтобы обеспечить благосостояние детей.

АНАЛИЗ ПЬЕСЫ Т. УИЛЬЯМСА «КОШКА НА РАСКАЛЕННОЙ КРЫШЕ»

В центре событий пьесы Теннесси Уильямса «Кошка на раскаленной крыше» («Cat on a Hot Tin Roof», 1955) тоже находится семья, но весьма состоятельная. Папа Поллит (Big Daddy) – владелец одной из крупнейших плантаций в дельте реки Миссисипи, воплощение американской мечты: ребенком остался один, скитался, работал в полях, но оставался честным и верным себе. Юношей его приютили владельцы плантации, после их смерти плантация перешла ему, а он не только сохранил ее, но в разы преумножил богатство, успел жениться, стать отцом двоих детей и дедом шести внуков.

Папа очень гордится результатом своего труда – несколько раз на протяжении действия повторяет, что ему принадлежит

> двадцать восемь тысяч акров лучшей земли во всей долине (*Т. Уильямс. Кошка на раскаленной крыше. Перевод В. Воронина*).

Ему удалось разбогатеть и при этом не изменить свое поведение; по словам невестки Мэгги, он

> до сих пор остается деревенщиной с низовьев Миссисипи… каким он, наверно, был, когда работал здесь простым надсмотрщиком (*Т. Уильямс. Кошка на раскаленной крыше. Перевод В. Воронина*).

За исключением апатичного Брика и любящей Мамы, Мэгги – единственная, кто относится к Папе с искренним уважением. Папа сказочно разбогател, но встает вопрос, принесло ли это счастье. Он прожил сорок лет с женщиной, которую никогда на самом деле не любил. Со старшим сыном Гупером у него не было близких отношений, с младшим Бриком будто бы тоже, но, как сказал ему сам Папа:

> Ты да моя карьера плантатора – вот и всё, чем я сколько-нибудь дорожил за всю свою жизнь (*Т. Уильямс. Кошка на раскаленной крыше. Перевод В. Воронина*).

Поэтому отцу семейства неприятно видеть, как над плантацией стервятниками кружат Гупер с женой, а Брик спивается из-за собственных психологических проблем.

В пьесе можно выделить три сюжетных линии: неудачный брак Брика и Мэгги; самоубийство и возможная гомосексуальность Скиппера, друга Брика; борьба за наследство Папы. Мы считаем, что основной является именно история с наследством. На это можно найти намеки в самой речи персонажей: Папа постоянно говорит о деньгах, как открыто, так и метафорически, например: «I'll make a *bargain* with you. You tell me why you drink and I'll hand you one»[1] [Крылова, 2013]. Вся жизнь Папы построена на идее обогащения, хотя для него лично материальное не стоит на первом месте (подтверждает это его рассказ о поездке в Европу и увиденных там нищих детях), суть, скорее, в компенсации собственного труда и самоутверждении. Для Гупера, который родился уже в достатке, и для его семьи именно деньги и имущество стоят превыше всего. Родня даже скрывает от Папы смертельный диагноз, чтобы он был в хорошем расположении духа, когда речь зайдет о завещании.

Таким образом, Папина цена за американскую мечту – смертельная болезнь, паразитирующие родственники (сами подобные раковой опухоли) и жизнь, прожитая без любви.

АНАЛИЗ ПЬЕСЫ Э. ОЛБИ «АМЕРИКАНСКАЯ МЕЧТА»

Эдвард Олби – единственный представитель театра абсурда среди рассматриваемых драматургов. В пьесах он сосредотачивается не на социальном аспекте американской мечты, а на семейном, на человеческих отношениях в целом. Интерес представляет пьеса «Американская мечта» («The American Dream», 1961).

Важно отметить биографический компонент: Олби был приемным ребенком, его младенцем забрала из приюта богатая пара – владелец нескольких театров и светская львица. Сложные отношения с родителями нашли отражение в его творчестве; юный Олби сменил несколько школ, и в 18 лет покинул дом навсегда. Впоследствии он это прокомментировал: «Кажется, они не умели быть родителями. Да и я, наверно, не умел быть сыном»[2] (*The New York Times. 28.08.1994*). Можно сказать, автор сам оказался жертвой американской мечты – образно говоря, он должен был стать частью идеальной картинки, но не вписался в раму.

«Американская мечта» – одноактная пьеса, где все действующие лица, кроме Бабушки, карикатурны: Мама (*Mommy, мамуля*) – домохозяйка, стереотип «пилящей жены»; Папа (*Daddy, папуля*) – богатый «белый воротничок», образец пассивного мужа; миссис Бейкер – подруга Мамы, карикатура на «крутящуюся в обществе» домохозяйку (и единственное действующее лицо с именем); Молодой Человек – одинокий юноша в поисках работы.

---

[1] Зд. и далее курсив в цитатах наш. – *М. Х.*

[2] Здесь и далее перевод наш. – *М. Х.*

Пьеса – сатира на семейную жизнь в духе американской мечты. Следуя традициям абсурдизма, Олби утрирует повседневные ситуации, делая их смешными и сюрреалистичными; примерами могут послужить рассказ Мамы о покупке шляпки (отсылающий к общественным условностям), клишированные фразы, которыми говорит миссис Бейкер (повторяющиеся *I don't mind if I do*) и с каждым разом всё более абсурдные предложения гостье расслабиться (закурить – выпить – скрестить ноги – раздеться).

Однако наибольший интерес представляет образ Молодого человека. В ходе пьесы выясняется, что его брат-близнец был постепенно изуродован и в конце концов убит Мамой и Папой (приемными родителями) за несоответствие их идеям и желаниям – они удаляли одну за другой ту или иную часть тела, которая «вела себя неправильно». А тем временем Молодой Человек, разлученный с братом, шаг за шагом утрачивал способность чувствовать; если его брат был лишен физического тела, от Молодого Человека ничего, кроме красивой оболочки, не осталось:

> I no longer have the capacity to feel anything. <…> I let people love me… I accept the syntax around me, for while I know I cannot relate… I know I must be related *to* (*E. Albee. The American Dream*).

Бабушка называет Молодого Человека «американской мечтой» из-за его готовности к любой работе и красоты:

> almost insultingly good-looking in a typically American way (*E. Albee. The American Dream*).

Очевидно, для Олби американская мечта – прекрасная, пустая оболочка, за которой стоит боль, и в жертву ей приносится человеческая природа: одного брата уничтожили, чтобы создать видимость идеала в другом. Это отсылает нас к образу Адама: Молодой Человек выступает его гротескной пародией [Зиновьева, 2021] – юный, прекрасный, пустой.

В конце Мама с Папой принимают Молодого Человека как нового идеального ребенка, а Бабушка исчезает, как единственное связующее звено с реальностью. Спектакль заканчивается ее словами, обращенными к зрителям:

> …это комедия, так что, думаю, дальше лучше не заходить. <…> Оставим всё, как есть… пока все счастливы… все получили то, что хотели, или то, что им кажется они хотели (*Э. Олби. Американская мечта. Перевод М. Хараз*).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Когда Юджин О'Нил пытался сформулировать, что отличает его от других драматургов, он пришел к выводу, что его совершенно не интересует конфликт человека с человеком; ему интересен конфликт человека с Богом, судьбой, «непостижимыми силами бытия» [Пинаев, 2013]. Проанализировав произведения его последователей, можно заключить, что они также сосредотачиваются преимущественно на экзистенциальной и социальной проблематике. В их пьесах предлагается анализ влияния американской мечты на мировоззрение современного человека; в отличие от экзистенциальной проблематики в Европе, в Америке она тесно связана с ложными ценностями и идеалами. Смерть как дамоклов меч висит над героями произведений, но американская мечта велит жить, не задумываясь о смерти. Материальная обеспеченность ставится выше нравственного самосовершенствования и совести. Все вышеупомянутые драматурги в словосочетании «американская мечта» делают акцент на последнем слове: герои О'Нила, Миллера, Уильямса и Олби утрачивают связь с реальностью, обманывают окружающих и самих себя. Даже если они могут говорить о презрении к такому поведению, это не искренний импульс, а прикрытие фальши внутри себя, страх «взглянуть <…> правде в лицо» (*Т. Уильямс. Кошка на раскаленной крыше. Перевод В. Воронина).*

Единственный действительно успешный герой (Папа Поллит), хоть и довольствуется силой и властью в своем доме, не получает полного внутреннего удовлетворения от успеха и богатства.

В некоторых произведениях авторы затрагивают проблему поколений, показывают замкнутый круг, когда герои-дети зеркально отражают судьбу своих родителей или предшественников: в «Смерти коммивояжера» повторяется история двух братьев, вставших на противоположные пути; в «Кошке на раскаленной крыше» сын вступил в брак без любви, как когда-то его отец; в «Американской мечте» юноша лишается своей сущности, как ее был лишен его близнец.

Таким образом, драматурги показывают, что американская мечта – картинка, недостижимый идеал, на пути к которому люди готовы отдать всё, но это будет напрасно; если они не разрушат свою жизнь или душу, разрушат чью-то другую. Это подмена счастья статусом и богатством; иногда это буквально человеческое жертвоприношение. Американская мечта – ложный путь, вставший на него заведомо обречен не только потерпеть крушение в том или ином смысле, но и, образно говоря, передать проклятие следующему поколению.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Adams J. T. The Epic of America. Boston. Little, Brown, and company, 1931.
2. Пинаев С. М. Иллюзии как альтернатива реальности («На дне» М. Горького и «Разносчик льда грядет» Ю. О'Нила) // Вестник Российского университета дружбы народов. Литературоведение, журналистика. 2013. №3. С. 65–75.
3. Bigsby, Christopher. Arthur Miller: A Critical Study. Cambridge; New York: Cambridge University Press, 2005.
4. Дубодел А. П. Тема «маленького» человека в американском обществе (на материале произведений А. Миллера и Дж. К. Оутс) // Огарёв-Online. 2015. Вып. 8 (49). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tema-malenkogo-cheloveka-v-amerikanskom-obschestve-na-materiale-proizvedeniy-a-millera-i-dzh-k-outs
5. Крылова Н. В. Социальное пространство драматургии Теннесси Уильямса // Вестник Башкирского университета. 2013. Т. 18. № 3. С. 789–793.
6. Зиновьева Р. В. Архетипические образы ребенка и культурного героя в драматургии Э. Олби и С. Мрожека сквозь призму проблемы поколений // Вестник Костромского государственного университета. 2021. Т. 27. № 1. С. 122–128.

REFERENCES

1. Adams, J. T. (1931). The Epic of America. Boston. Little, Brown, and company.
2. Pinaev, S. M. (2013). Illusions in opposition to reality («The Lower Depths» by M. Gorcy and «The Iceman Cometh» by E. O'Neill). RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism, 3, 65–75. (In Russ.)
3. Bigsby, Christopher. (2005). Arthur Miller: A Critical Study. Cambridge; New York: Cambridge University Press.
4. Dubodel, A. P. (2015). The theme of low-ranker in American society: a study of the literary works by A. Miller and J. C. Oates. Ogarev-Online, 8 (49). https://cyberleninka.ru/article/n/tema-malenkogo-cheloveka-v-amerikanskom-obschestve-na-materiale-proizvedeniy-a-millera-i-dzh-k-outs (In Russ.)
5. Krylova, N. V. (2013). Social space of T. Williams' dramatic works. Vestnik Bashkirskogo Universiteta, Vol. 18, N. 3, 789–793. (In Russ.)
6. Zinoveva, R. V. (2021). Archetypical images of a child and a cultural hero in the playwrights of Edward Franklin Albee and Sławomir Mrożek in the light of the generational problem. Vestnik of Kostroma State University, Vol. 27, N. 1, 122–128. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Мира Кассандра Хараз

аспирант Литературного института им. А. М. Горького

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Mira Cassandra Harraz

PhD student at Maxim Gorky Literature Institute

Статья поступила в редакцию	21.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	21.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 008+316.4.06
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_159

Потенциал коммуникационного влияния социокультурных трендов в практике брендинга

М. В. Аверина

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
m-averina@list.ru

Аннотация. Подходы к брендингу претерпевают существенные трансформации с появлением новых медиа, виртуальной и дополнительной реальности, которые глубоко изменили выстраивание коммуникационного взаимодействия, где интерактивность и омниканальность стали главными инструментами, отсутствие учета которых брендами обрекает их на забвение. В практике брендинга ведущим социокультурным трендом становится погружение в метавселенную как продукта конвергенции физической, дополненной и виртуальной реальности в общем офлайн- и онлайн-пространстве. В статье анализируются социокультурные тренды, используемые брендами при выстраивании коммуникаций со своими потребителями.

Ключевые слова: метавселенная, социокультурный тренд, брендинг, коммуникации, глобализация, динамика, методология, интерактивность

Для цитирования: Аверина М. В. Потенциал коммуникационного влияния социокультурных трендов в практике брендинга // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 159–164. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_159

Original article

The Potential of Communicative Influence of Socio-Cultural Trends in Branding Practice

Marina V. Averina

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
m-averina@list.ru

Abstract. Approaches to branding are undergoing significant transformations influenced by the emergence of new media, VR and AR that significantly changed the mechanisms of communication interaction, where interactivity and omnichannel have become the main tools. If brands do not take them into account, the first ones may be forgotten. In the practice of branding, the leading socio-cultural trend is becoming immersion into the metaverse as a product of convergence of physical, augmented and virtual reality in a common offline and online space. The article is devoted to the analysis of socio-cultural trends used by brands in building communications with their consumers.

Keywords: metaverse, socio-cultural trends, branding, communication, globalization, dynamics, methodology, interactivity

For citation: Averina, M. V. (2023). The Potential of Communicative Influence of Socio-Cultural Trends in Branding Practice. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7 (875), 159–164. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_159

ВВЕДЕНИЕ

Практика брендинга как процесса формирования и обеспечения репутационного преимущества конкретной торговой марки путем выстраивания в сознании потребителя ее идентифицирующего и отличающего от конкурентов образа требует активного реагирования на изменения условий функционирования социума, реализующегося в насущной трансформации использования данного инструмента маркетинговых коммуникаций.

Именно практика брендинга продемонстрировала необходимость конструирования имиджа бренда с учетом комплекса культурного, социального, экономического и политического направлений развития общества, что определило важность мониторинга социокультурных трендов, задающих вектор изменений.

Глобализационные преобразования: распространение Интернета, появление новых медиа, виртуальной реальности (virtual reality, *сокр.* VR) и дополнительной реальности (augmented reality, *сокр.* AR) – сформировали другие правила мирового развития, повлекшие как разработку нового методологического аппарата, так и дополнение, и совершенствование существующего.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ДИНАМИКА В ТЕОРИИ БРЕНДИНГА

Системная природа брендинга как процесса включает разные виды деятельности: разработку названия (naming) торговой марки, создание марочного образа, процесс управления торговыми активами, марочное ценообразование, процесс построения бренда, формирование взаимоотношений между брендом и потребителем. Соответственно, теоретики, занимающиеся вопросами методологического обоснования концепций брендинга, акцентируют внимание на разных составляющих этого процесса в зависимости от общих тенденций развития социума, подразумевающих соответствие маркетинга требованиям времени, уровень рыночных отношений, появление новых инструментов, технологий и способов коммуникации брендов с потребителями.

Анализ методологических оснований в концепциях брендинга продемонстрировал динамику в смещении акцентов. В 50-е годы XX века, когда брендинг только сформировался как отдельное научное направление, внимание в первую очередь уделялось маркетинговой составляющей, рассматривающей качество продукта марки как главное дифференцирующее отличие производителя [Ropo, 2009].

Развитие рынка услуг повлекло смещение акцента на формирование значимости нематериальной составляющей, что выразилось в разработке трех концепций: позиционировании бренда, капитала бренда и идентичности бренда, обосновывающих необходимость генерирования в сознании потребителя ценности бренда, за которую он готов платить. У исследователей появилось понимание важности продвижения не только потребительских качеств продукта конкретной марки, но и предложения социальных и эмоциональных выгод, престижности от использования бренда.

Распространение новых медиа привело к осознанию приоритетной необходимости построения коммуникаций бренда с потребителями и всеми заинтересованными сторонами по совместному созданию его ценностных активов, ориентируясь на долгосрочные отношения [Borel, Christodoulides, 2016].

Освоение новых коммуникационных технологий (упомянутых выше) позволило запустить функционирование phygital (от *англ.* physical + digital – физический и цифровой) – интегрированных коммуникаций на стыке цифрового и физического пространства, обеспечивающих потребителю новый опыт, пространства, что существенно расширило возможности брендов по информированию потребителей о преимуществах своего продукта и акценту на выстраивание интерактивного взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами, позволяющему брендам не устаревать, не отставать от конкурентов, не терять связи со своей аудиторией и учитывать основные тенденции развития социума.

Совместное создание и пролонгация ценностей бренда посредством интерактивного взаимодействия с потребителями в phygital пространстве позволяет выражать и обозначать дополнительные смыслы-ассоциации с чем-то или кем-то, порой более важные для потребителя, чем сам продукт бренда.

Смыслы-ассоциации не возникают ниоткуда, а тесно увязаны с общей динамикой функционирования социума, импульс которой задают социокультурные тренды.

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРЕНДЫ: ПОНЯТИЕ, МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ (ГЕНЕРИРОВАНИЯ) И РАСПРОСТРАНЕНИЯ

Одним из актуальных понятий для обозначения и анализа динамической составляющей социальных процессов (возникновения, функционирования, затухания) является понятие «социокультурный тренд», способное отразить важность учета культурных

факторов в развитии глобального социума как с целью прогнозирования дальнейшего эволюционного движения, так и отслеживания стихийных объективных изменений или сознательно реализуемых конкретных социокультурных практик.

Слово *тренд* образовано от староанглийского *trendan* (*катиться, поворачиваться, вращаться*) и употреблялось еще в XVI веке, обозначая изгиб морского побережья, поворот реки, береговой полосы в определенном направлении. За несколько веков претерпело несколько модификаций употребления, но сохранило свой эвристический потенциал и в XXI веке стало активно использоваться для фиксации «смены потребительских ожиданий и запросов или поведенческих моделей целевых аудиторий»[1].

Интерес к формулировке понятия и стоящих за ним реальных изменений проявил ряд авторов: Д. Нейсбит (2003), M. Erlhoff, T. Marshall (2008), М. Реймонд (2020), М. А. Скивко (2021) и др. Анализ определений упомянутых авторов обозначил разницу в расстановке акцентов в понимании сущности явления и вызвал потребность представить авторское определение.

Под социокультурным трендом можно понимать направление культурного изменения в любой сфере функционирования социума, обусловленного объективной необходимостью формирования новой системы норм и ценностей или субъективным желанием реализации возникающих потребностей посредством разработки и внедрения соответствующих поведенческих паттернов у различных социальных групп с учетом своеобразия пространственного и временного протекания.

Значимым фокусом внимания исследователей является фиксация момента зарождения трендового направления. Для обозначения начала функционирования социокультурных трендов и развертывания культурных изменений в социуме используются различные термины – триггеры, пусковые механизмы, движущие пружины алгоритмов, слабые сигналы и т. п. В рамках изменения культуры повседневности в качестве конкретных сигналов, по мнению М. Реймонда, могут выступать проекты (социальный брендинг: бренды Everytable, KINN, Food Market, Freitag и Not Just A Label), продукты или сервисы (Airbnb, Uber, Rent the Runway, Etsy и экономика свободного заработка), поведение человека (влияние хипстеров на сферу питания, моду, индустрию гостеприимства, путешествия, дизайн помещений, местные продукты, фуд-корты, особый джин, лампочки Эдисона, эклектичные интерьеры) [Реймонд, 2020].

Ускорение технологических обновлений, присущее современному социуму, с одной стороны, способствует созданию условий для более комфортного как физического, так и ментального состояния человека информационного общества, с другой – именно такое ускорение влечет быстрое техническое и моральное устаревание значительного количества продуктов и заставляет бренды, стоящие за производством этих продуктов, пристально отслеживать изменение отношения общества и / или конкретного сегмента потребителей к спросу на продукцию бренда, ее популярность и устойчивость потребления, влияние продукта бренда на социальную стратификацию потребителей, приверженных бренду, и культуру общества в целом [Глущенко, 2020].

Как уже обсуждалось выше, акцент в используемом инструментарии современного брендинга сделан на выстраивание и развитие интерактивных коммуникаций со всеми заинтересованными сторонами с целью культивирования и поддержки ценностей бренда.

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРЕНДЫ В КОММУНИКАЦИЯХ

Ведущим социокультурным трендом, обусловившим изменения в мировых коммуникационных потоках, является всё более глубокое погружение в метавселенную (Metaverse) как продукта конвергенции физической, дополненной и виртуальной реальности в общем офлайн- и онлайн-пространстве. Концепций метавселенной много, но самая известная принадлежит венчурному инвестору Мэтью Болу (Matthew Ball). Его видение внутренней организации этого другого мира выражается в следующем: вселенная функционирует в режиме реального времени. Ее нельзя принудительно остановить, завершить, стереть. Она имеет свою экономику. Населяющие ее люди численно не ограничены, у них есть имущество, «работа», за которую они получают «деньги», именно работа соединяет реальный мир и мир вселенной посредством компьютера или ноутбука, а также с использованием специальной гарнитуры и очков. Пользователи взаимодействуют друг с другом и с цифровыми объектами внутри через свои аватары, можно, например, пользоваться вещами из Counter-Strike и Fortnite, покупать машину из Need for Speed и продавать ее друзьям на Facebook[2]. Метавселенная имеет свое информационное

[1] Карасева Л. Словарь трендвотчера: что такое тренд и как он распространяется. 2021. URL: https://trends.rbc.ru/trends/futurology/60798b539a79475149b2bb36

[2] Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской в России

пространство, наполняемое «контентом и опытом» как отдельных людей, так и брендов[1].

В создание метавселенной Марк Цукерберг вложил уже более $15 млрд. Такие расходы, по его мнению, совершенно оправданы, поскольку прогнозы подтверждают, что через пять – десять лет практически все коммуникационные потоки будут осуществляться посредством виртуальной реальности. Свою метавселенную создала Microsoft, подобный проект разработал арабский оператор связи Etisalat. McKinsie прогнозирует, что к 2030 году общая капитализация метавселенных достигнет $5 трлн, а сфера онлайн-продаж будет давать 80 % доходов[2].

Крупные российские компании также создают отдельные элементы для метавселенных. В популярной игре Roblox «М. Видео» развивает свой виртуальный магазин, пытаясь через интерактивные форматы и геймификацию открывать новые возможности для знакомства с брендом. Соцсеть «ВКонтакте» анонсировала маркетплейс для NFT-токенов[3].

Несмотря на разработку такой прорывной технологии, как метавселенная, даже технологические гиганты пока не готовы к полному переходу в данную виртуальную реальность прежде всего из-за неготовности инфраструктуры Всемирной сети, недостаточности технической оснащенности большинства стран и на данный момент определенной ограниченности интеллектуальных ресурсов по пониманию точной механики работы метавселенной и технологии переноса пользователей внутрь платформ[4].

Однако наполнение информационного пространства метавселенной для знакомства с брендами и выстраивания интерактивной коммуникации с пользователями стало трендовой тенденцией. В качестве конкретных примеров можно привести проекты:

- в метавселенной Decentraland презентация нового продукта для DeFi-экосистемы Fringe Finance с помощью вечеринки на виртуальной яхте в интерактивном формате[5];
- в этой же метавселенной открытие шоурума одежды бренда Davi, в котором можно купить NFT-одежду для своего аватара, и аналогичную одежду для себя в реальном мире[6];
- в метавселенной Spatial организация виртуального бизнес-завтрака с темой подведения итогов года в метавселенных и других смежных сферах, а также формирование планов на следующий год[7];
- в метавселенной The Sandbox размещение пятиэтажного офиса со сценой для выступлений на крыше, с декоративными бассейнами рядом со зданием, внутри – классического офиса с рабочей зоной: столами с компьютерами, офисными ящиками, перегородками, NFT-артами на стенах вместо обычных картин и возможностью проведения квестов[8].

Внедрение социокультурных трендов в практику брендинга как инструмент коммуникационного воздействия на потребителя

Помимо системообразующего глобального социокультурного тренда, каким становится проектирование метавселенной в сфере коммуникаций, существует и ряд сопутствующих трендовых направлений, используемых брендами для поддержания коммуникационной активности с потребителями.

Лидирующим из сопутствующих трендовых направлений можно назвать прозрачность и открытость брендов: смыслы и ценности ставятся во главу угла. Если бренд не будет вписываться в социокультурное пространство, не будет учитывать всю совокупность материальных, экономических, социальных, политических и духовных условий существования своих потребителей, он не сможет внедрять в их сознание определенные идеалы, осязаемые и неосязаемые выгоды, которые несет в себе его потребление. Бренды стали преобразовывать мир вещей, наделяя их новым искусственным содержанием. В результате грани между образом и реальностью размываются, формируя новую гиперреальность. Напиток Starlight производства Coca-Cola описывается как вкус, «напоминающий наблюдение за звездами у костра, а также охлаждающее ощущение, похожее на путешествие в космос». Спрей для тела Lynx AI, созданный Unilever совместно со швейцарским специалистом по парфюмерии Firmenich, позиционируется работающим на искусственном

[1] Ball Matthew. The Metaverse: What It Is, Where to Find It, and Who Will Build It. 2020. URL: https://www.matthewball.vc/all/themetaverse

[2] Корнев Т. МТС в иной реальности // Коммерсантъ. 28.01.2023. № 16. С. 2. URL: https://www.kommersant.ru/doc/5795884?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop

[3] Там же

[4] Масленко Д. Что такое метавселенная и почему все о ней говорят. URL: https://trends.rbc.ru/trends/industry/61449fa89a7947159f1df418

[5] Орда Л. Кейс Maff. Metaverse «Вечеринка на яхте»: как презентовать свои продукты в метавселенной. URL: https://maff.io/yacht_party_maff_metaverse/

[6] Там же.

[7] Там же.

[8] Там же.

интеллекте с использованием «46 терабайт данных, 6000 ингредиентов, 3,5 млн возможных комбинаций»[1].

Визуализация как неотъемлемый компонент информационного социума, подразумевающая задействование важнейшего канала восприятия окружающих событий, повлекла формирование тренда на использование видеоконтента (от прямых трансляций, коротких мануалов до больших мероприятий в прямом эфире) в контент-маркетинге брендов при коммуникации с потребителями. Именно TikTok стал новым поколением соцсетей, где основу составляет короткий видеоконтент.

Появление «цифровых» поколений Z и A как «продукта» развития Интернета, более ориентированного на активность в виртуальном пространстве, чем в реальном социуме, заставило владельцев брендов подумать об усилении коммуникационной активности в Сети. Привлечение цифровых поколений к Livestream Retail позволило значительно расширить не только коммуникационное взаимодействие с ними, но и в разы увеличило продажи в силу восприятия данного формата торговли как более аутентичной и нативной формы маркетинга по сравнению с другими. Так, площадка TaoBao, продукт компании Alibaba, объединяющая более 4 тыс. ведущих онлайн-трансляции, позволяет им генерировать около 150 тыс. часов контента и более 600 тыс. продуктов ежедневно[2].

Изменяется и сама тональность коммуникаций, транслируемая в осознанном шопинге (Mindful Shopping)[3]. Бренды формируют спокойные торговые среды без агрессивного давления на потребителя, тем самым внедряя новый опыт вдумчивых покупок.

Коммуникации с брендом всё больше приобретают характер человеческих взаимоотношений, и аудитории важно, чтобы компании разделяли их культурные ценности, определенный стиль жизни, взгляды на экологию, принципы потребления, свободу, путешествия [Глущенко, 2020].

Ориентируясь на человеческие взаимоотношения бренды стали более активно использовать кастомизацию и персонализацию в генерации контента, подстраиваясь под настроение пользователя, его вкусы или привычки. Команда МТС «Твой бизнес» создала проект «Знаем лично», запустив отдельный канал коммуникации[4].

Социокультурный тренд на разнообразие (diversity) стал объектом внимания брендов и привлечения создателей контента, художников и инфлюенсеров из маргинализированных слоев общества для усиления инклюзивности в коммуникациях с потребителями[5].

Идея разнообразия реализовалась и в сетевых коммуникациях в виде миграций между Instagram[6] и Telegram, Telegram и Clubhouse и обратно, со всех площадок в TikTok. Эта тенденция заставила пересмотреть подход к сегментированию аудиторий и открыла возможности создания объемной коммуникации (омниканальность) через использование микса уникальных инструментов каждой из площадок, что позволяет раскрывать все активы бренда и не терять аудиторию от перехода к конкурентам[7].

Социокультурные тренды как движущая сила развития бренда

Осознание приоритетности учета социокультурного контекста жизни общества для выстраивания бизнес-стратегии позволяет брендам не только поддерживать лояльность потребителей к существующим продуктам, но и формировать новые потребности, под них разрабатывать новые продукты, менять культуру потребления, паттерны поведения, принципы взаимодействия человека с окружающей средой.

Триггерами изменения социокультурного контекста выступают:

- социокультурные тренды, отслеживание которых становится основой успешного функционирования компаний и которые дают возможность им подстроиться под ожидания потребителей;
- актуальные запросы аудитории,
- конкурентоспособность;
- возможность планировать модели будущего.

Накопление опыта взаимодействия с виртуальной и дополненной реальностью расширяет

[1]Горшкова А. Счастьеномика, метавселенная, инклюзивность – главные потребительские тренды 2023 года по версии Wunderman Thompson. URL: https://adpass.ru/joyconomy-metaverse-inklyuzivnost-glavnye-potrebitelskie-trendy-2023-goda/

[2]Парфун А. Метавселенная наступает: главные тренды 2023 года. Отчет Trend Hunter от Agenda Media Group. URL: https://www.cossa.ru/news/312896/

[3]Там же

[4] Масинева Д. Тренды контента в 2021 году: что движет аудиторией и как это использовать. URL: https://www.sostav.ru/publication/trendy-kontenta-v-2021-godu-chto-dvizhet-auditoriej-i-kak-eto-ispolzovat-48212.html

[5] Wunderman Thompson Intelligence .The Future 100: Trends and Change to Watch in 2023. URL: https://www.wundermanthompson.com/insight/the-future-100-2023

[6] принадлежит компании Meta, признанной экстремистской в России

[7] Горшкова А. Счастьеномика, метавселенная, инклюзивность – главные потребительские тренды 2023 года по версии Wunderman Thompson. URL: https://adpass.ru/joyconomy-metaverse-inklyuzivnost-glavnye-potrebitelskie-trendy-2023-goda/

представление о возможных каналах коммуникации, показывая, что на смену современным высокоскоростным социальным сетям и даже видеокоммуникации приходят новые технологии, на данный момент – метавселенные.

Таким образом, социокультурные тренды выступают в роли индикаторов эволюционного развития, интенсивно меняют образ мышления, потребности, коммуникационные возможности, меняют саму реальность.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ropo J. -P. Brands and Branding: Creating a Brand Strategy. Final Thesis Report. Tampere, 2009. URL: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/8472/Ropo.Juha-Pekka.pdf
2. Borel L.-H., Christodoulides G. Branding and digital analytics // The Routledge Companion to Contemporary Brand Management. 2016. Vol. 94. No. 3. P. 255–268.
3. Реймонд М. Исследование трендов. Практическое руководство / пер. с англ. Н. Константиновой; науч. ред. О. Шаева. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020.
4. Глущенко В. В. Научная теория брендов, брендинга и ребрендинга (брендология) и задачи ее практического использования в организациях // Бюллетень науки и практики. Т. 6. № 5. 2020. URL: https://www.bulletennauki.com https://doi.org/10.33619/2414-2948/54

REFERENCES

1. Ropo, J. -P. (2009). Brands and Branding: Creating a Brand Strategy. Final Thesis Report. Tampere. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/8472/Ropo.Juha-Pekka.pdf
2. Borel, L.-H., Christodoulides, G. (2016). Branding and digital analytics. The Routledge Companion to Contemporary Brand Management, 94(3), 255–268.
3. Rejmond, M. (2020). Issledovanie trendov. Prakticheskoe rukovodstvo = The Trend Forcaster's Handbook, transl. from English by N. Konstantinova, ed. by O. Shaeva. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber. (In Russ.)
4. Glushchenko, V. V. (2020). Scientific Theory of Brands, Branding and Rebranding (Brandology) and the Tasks of its Practical Use in Organizations. Bulletin of Science and Practice, 6(5). https://www.bulletennauki.com https://doi.org/10.33619/2414-2948/54 (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Аверина Марина Владимировна

доктор культурологии, доцент
профессор кафедры коммуникационных технологий
Института международных отношений и социально-политических наук
Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Averina Marina Vladimirovna

Doctor of Culturology (Dr. habil.), Associate Professor
Professor at the Department of Communication Technologies
Institute of International Relations and Social and Political Sciences (Faculty)
Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию	13.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	14.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

Научная статья
УДК 008+7.03
DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_165

Мотив наказания грешников в культуре и искусстве французской готики

В. А. Тёмкин

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
vitem222@mail.ru

Аннотация. В статье анализируются интерпретации темы Страшного суда в искусстве французской готики. В каждом из построенных в эпоху готики соборов есть тимпан, тема которого – Страшный суд, фрагмент которого с наказанием грешников несет главный моральный урок простым верующим. Таким образом, этот мотив выступает как один из ведущих в убранстве французских готических храмов, что определяет его важное место в картине мира средневекового христианина.

Ключевые слова: культура Франции, готика, тема Страшного суда, мотив наказания грешников, тимпан портала готического собора

Для цитирования: Темкин В. А. Мотив наказания грешников в культуре и искусстве французской готики // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 165–171. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_165.

Original article

The Motive of Punishment of Sinners in the Culture and Art of French Gothic

Victor A. Tyomkin

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
vitem222@mail.ru

Abstract. This article is devoted to the analysis of the interpretation of the theme of the Last Judgment in the art of French Gothic. Each cathedral built in the Gothic era has a tympanum, the theme of which is the Last Judgment, and where the fragment with the punishment of sinners carries the main moral lesson to ordinary believers. Thus, this motif acts as one of the leading ones in the decoration of French Gothic churches, which determines its important place in the picture of the world of a medieval Christian.

Keywords: the culture of France, the Gothic, the theme of the Last Judgment, the motive of punishment of sinners, the tympanum of the portal of the Gothic cathedral

For citation: Tyomkin, V. A. (2023). The Motive of Punishment of Sinners in the Culture and Art of French Gothic. Vestnik of the Moscow State Linguistic University. Humanities, 7 (875). 165–171. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_165.

ВВЕДЕНИЕ

Смена ведущего архитектурного стиля в середине XII века, постепенное формирование новой, приходившей на смену романике парадигмы, которую мы сейчас именуем готической, знаменует, безусловно, серьезные изменения в мировоззрении и картине мира средневекового человека. Новые черты приобретает культура зрелого Средневековья, и искусство явственно их отражает. По справедливому замечанию Л. Д. Любимова, «Во всех видах искусства готика знаменует переход в новое качество» [Любимов, 1996, с. 93]. Это в полной мере касается готической пластики. Господь Устрашающий, запечатленный в столь многих произведениях романского искусства [Duby, Mandrou, 1968, т. 1, с. 29], постепенно вытесняется образом Господа Милосердного, сочувствующего бедам простых людей и способного прийти им на помощь [Любимов, 1996]. Усиливается культ Богоматери, посредством которой Иисус Христос, Бог Милосердный, пришел к земным людям. Известный медиевист Жорж Дюби констатирует, что в статуарной скульптуре ярко проявляется победа гуманизма и темы жития Марии расширяются [Duby, Mandrou, 1968]. Указанные факторы, обусловленные эволюцией средневековой культуры, способствовали изменению строя форм сначала в архитектуре, а затем и в других видах искусства – скульптуре, живописи.

При этом тема Страшного суда остается не только одной из важнейших в декоре готических церквей, но в какой-то степени нормативной: ей посвящается один из порталов на фасаде, часто – центральный.

ТИМПАН ПОРТАЛА БАЗИЛИКИ СЕН-ДЕНИ

О «запаздывании» изобразительных искусств по сравнению с зодчеством свидетельствует тимпан главного портала первого здания в готическом стиле – базилики Сен-Дени под Парижем, освященной в 1144 году. Общеизвестно, что аббат Сугерий (Сюжер) предложил миру новый архитектурный принцип, при котором одним из «строительных материалов» стал нетварный свет, что соответствовало христианским представлениям о Боге. Однако рельеф тимпана, проникнутый духом милосердия, исполнен в типичной романской стилистике: это геометризм складок драпировки, формирующих некую орнаментальную систему, различие в масштабах фигур, в ряде случаев невысокий рельеф (подобное можно наблюдать на портале романского собора Сен-Лазар в Отене). Между тем богословская программа тимпана может быть обозначена как готическая: восседающий на троне Христос распахивает объятья навстречу пастве, причем спинка трона в сочетании с перемычкой между вторым (средним) и третьим (верхним) ярусами скульптурного декора образует подобие креста. Таким образом, получается, что поза Иисуса также напоминает о Распятии: оба мотива, страдания и любви, в буквальном смысле накладываются друг на друга.

В остальном, повторимся, ни скульптурное убранство портала, ни язык резчиков по камню не выходит за пределы романской эстетики. Интересно, что сцены наказания грешников и райское пребывание праведников не разнесены, как это обычно бывало, по разные стороны под ногами Христа. Верхний ярус люнета тимпана с полукруглым завершением занимают ангелы, один из которых (по левую руку Иисуса) держит в руках орудие казни, терновый венец, на среднем ярусе размещены апостолы, на нижнем – Воскресение. Рай и ад даны сверху, на ближайшем архивольте: в центре, над фигурой Иисуса, – погрудное изображение Иисуса в крестчатом нимбе, слева от него – адские мучения, справа – праведники в раю. Следующий архивольт реализует мотив божественной музыки, причем уже готический. Музицируют, однако, не ангелы, как это было принято в готике, а апокалиптические старцы.

Мучения грешников, их заслуженное наказание показано с той физиологической детализацией, которая типична для поздней романики. Физиономии чертей в соответствии со стилистикой эпохи исполнены мрачной, изуверской радости; они тащат грешников на плечах, используют орудия пыток, наслаждаются болью, страхом, воплями своих жертв. При этом, как отмечает классик искусствоведения Эмиль Маль, «Звериное уродство Сатаны и его приспешников, их циничное веселье, их вольности в отношении знатных дам, отчаяние осужденных – все эти черты говорят о влиянии народной фантазии» [Маль, 2008, с. 512].

ТИМПАН ПОРТАЛА СОБОРА ПАРИЖСКОЙ БОГОМАТЕРИ

Стрельчатый тимпан портала Страшного Суда собора Парижской Богоматери (1210-е гг.) представляет собой трехъярусную композицию с четко выраженными горизонтальными перемычками. Внизу, как и в базилике Сен-Дени, размещена сцена Воскресения: некоторые участники на первом плане показаны лежащими в гробовых пеленах, от которых они еще не успели освободиться. Второй ярус посвящен теме Суда. Среднюю часть делят между собой архангел Михаил и дьявол, за которыми выстраиваются соответствующие ряды

спасенных и погибших душ. Осужденные скованы цепью. В мирской, порой модной и дорогой, одежде уходят они, рыдая и сокрушаясь, к границе тимпана. Напротив, праведники одеты очень просто, но все коронованы. Скажем сразу, что мотив цепи использован также в ряде других памятников, в частности, на тимпане портала Страшного суда Реймсского собора (1225–1230).

Верхняя часть стрельчатого люнета представляет собой деисусный ряд с центральной фигурой Спасителя, держащего руки от локтя вверх, с простертыми вперед ладонями. Древний жест адорации подкреплен наклоном головы Иисуса, Чей взгляд устремлен вниз, на архангела, беса и воскресающих. Ноги Господа попирают люнетообразный низкий рельеф с изображением города (вероятно, Иерусалима в его синтетической, земной и небесной модификации). По сторонам от Христа стоят ангелы с орудиями Страстей (справа копье, слева крест). Как обычно, дальше, в треугольных завершениях верхнего яруса, – коленопреклоненные фигуры Девы Марии и Иоанна Крестителя в молитвенных позах со сложенными руками.

Архивольты (все шесть) в отчасти (справа) нижней, средней и верхней части наполнены изображениями ангелов (херувимов) справа и праведников (слева). Исключение составляют сюжеты в самой нижней части левых архивольтов: это единственная зона, показывающая наказание грешников. По сравнению, во-первых, с другими тимпанами, во-вторых – со сценами Спасения на данном тимпане этот мотив здесь, разумеется, выражен и обозначен, но крайне лаконично.

ТИМПАН ЮЖНОГО ПОРТАЛА ШАРТРСКОГО СОБОРА

Подобная программа, правда, со своей спецификой, воплощена и на боковом тимпане южного портала Шартрского собора (1205–1210). Школа Шартра сыграла, как известно, ведущую роль в формировании готической скульптуры уже в соответствии с новыми мировоззренческими и архитектурными принципами. Первое, что можно отметить, это не полукруглое, а стрельчатое, как и на соборе Парижской Богоматери, завершение арки тимпана и архивольтов. Ядро композиции – фигура Христа на троне, центральная в деисусном ряде. Спаситель воздымает руки от локтя, опять-таки подобно изображению на тимпане парижского собора, как бы указывая на Горний мир, полный любви и благодати.

Здесь также традиционно три ряда с изображениями. Перемычка между нижним и средним рядом тимпана решена не жестко геометрически, как в обоих предыдущий случаях: скульптор осмыслил ее как линию нескольких волн, символизирующую небесную сферу. Такая же линия окаймляет абрис среднего и верхнего ярусов тимпана. Под этой волнистой линией – ряд ангелов, движение и головы которых направлены вправо и влево от ног Иисуса. Под троном стоит архангел Михаил с весами: перед нами сцена взвешивания душ. По правую руку Иисуса – череда праведников, по левую – грешников. Причем движение грешников сопровождается сменой состояний: ближайшие к архангелу и, соответственно, к Христу во втором ярусе горько рыдают и заламывают руки, а ближе к углу люнета их уже встречают демоны. Ряд ангелов и ряд людей не разграничены ни геометрической, ни художественно переосмысленной перемычкой, ангелы парят в облаках, контуры которых низким рельефом вырезаны на каменном массиве и перекликаются с волнами обрамления средней и верхней части люнета.

В деисусном ряде по правую руку Христа – Богородица, за ней, во внутреннем углу, ангел с орудием страстей (копьем), по левую руку – Иоанн Креститель, за ним ангел с бичом. Архитектурно этот ряд поддержан копьем, имеющим не только изобразительную, но и конструктивную функцию опоры арки тимпана, и колонной, за которую держится второй ангел.

Третий ряд не отделен от среднего перемычкой. Здесь над головой Христа парят ангелы, держащие в руках полотна, символизирующие славу Спасителя.

Мотивы наказания грешников и торжества праведников продолжаются на архивольтах. В правом от нас и левом от Христа углу, в первом архивольте, тех, кто не заслужил блаженства, ожидает крупный по размеру демон с перекинутой через плечо фигурой грешника. Жесты ангелов, парящих над этой группой фигур, передают жалость и сострадание к тем, кого ждут вечные муки. За демоном на втором, третьем, четвертом и пятом архивольтах другие адские создания мучают грешников; то же повторяется и на следующем уровне, насыщенном мелкими фигурами; над ними в каждом архивольте даются ряды фигур в спокойных созерцательных позах.

Примечательно, что в первом внутреннем архивольте над фигурами демона (внизу) и следующей за ним по высоте начинается ангельский ряд. Каждое нижнее изваяние, равно как и скульптура архангела Михаила, опирается на пышный готический балдахин в виде здания. Аналогичный по наполнению ряд дан и по правую руку Христа.

От Михаила вправо (от зрителя влево) уходит ряд праведников, встречаемых апостолом Петром

(изваян симметрично демону) в основании первого архивольта с этой стороны (ряд ангелов над ним).

Если сравнить данную композицию с изображениями на парижском тимпане, мы всё же можем констатировать, что мотив наказания грешников на тимпане Шартрского портала выражен значительно более подробно и обстоятельно.

ТИМПАН ПОРТАЛА БУРЖСКОГО СОБОРА

Еще один готический стрельчатый тимпан находим в Бурже, на портале собора Сент-Этьен (1225–1230). Он отличается перспективными архивольтами, заполненными фигурами ангелов, праведников и святых. Работа скульпторов-авторов буржского тимпана отличается множественностью более мелких, чем встречалось ранее, ювелирно отделанных фигур на нижнем и среднем ярусах тимпана. Над ними царит Иисус на троне, радостным, имеющим даже некий мирской оттенок, жестом встречающий верующих (это трудно назвать адорацией, скорее эмоционально наполненное радостное приветствие). Нижний ярус – Воскресение душ: многообразие поз, насыщенная динамика передает радость возвращения в мир живых. Средний ярус включает в себя, как на парижском соборе, дуэт архангела и беса, составляющий центр композиции данной зоны. Фигуры бесов, уводящих грешников налево, изваяны в большем масштабе, чем фигуры людей. В отличие от упорядоченности движения в других зонах тимпана, здесь наблюдается хаос, хотя скульпторы мастерски удержали ритм благодаря движению ног чертей и осужденных и вертикальному расположению нижних фигур, при котором верхние композиционно перекликаются с расположенной по диагонали частью сцены Воскресения (в ней значительно больше крупных деталей). За счет этого композиция тимпана портала выглядит целостной.

В самом углу среднего яруса находится жаровня, а на ней – адский котел или сковорода, в которую бесы палками загоняют грешные души. «В Бурже осужденных пожирают жабы и змеи, а демоны загоняют их в кипящий котел», – уточняет Э. Маль [Маль, 2008, с. 515]. Видно, как люди под воздействием нечеловеческих пыток утрачивают человеческий (божественный) облик, становясь похожими на своих мучителей.

ТИМПАН ПОРТАЛА АМЬЕНСКОГО СОБОРА

Искусствоведы сходятся во мнении, что готическая программа организации фасада собора была с наиболее полно воплощена в Амьенском соборе Сен-Фирмен (1225–1230). Как пишет В. Н. Тяжелов: «На порталах ясно обозначились три основные темы французского скульптурного декора: тема Страшного суда, цикл, посвященный Марии, и цикл, связанный с патроном храма или наиболее почитаемым местным святым (в Амьене им был св. Фирмен)» [Тяжелов, 1981, с. 247].

Тимпан главного портала Амьенского собора поделен на три регистра, причем третий, верхний, отчетливо делится на две горизонтально организованные части: в самом верху стрельчатой композиции располагаются ангелы с трубами, средний (находящийся непосредственно в завершении арки) парит, а левый и правый опираются на конструкцию, подобную кафедре или балдахину, очертаниями напоминающую опять-таки стену города (здесь также, вероятно, синтезируются образы земного и Небесного Иерусалима).

На нижнем поясе показана сцена Воскресения душ. Перед нами уже известный мотив восстания из гроба. Ангелы по краям регистра и в середине, общим числом четыре, дуют в трубы Страшного суда. Центральная фигура архангела Михаила с весами попирает ногами две лежащие фигуры, одна из которых в короне, за счет чего осуществляется идейно-композиционная связь нижнего и среднего ярусов: именно на среднем происходит разделение праведников и грешников. Их физическое распределение осуществляется по вышеописанному принципу. Особенности Амьенского тимпана, во-первых, в том, что полярность рая и преисподней отражена в образах гигантской пасти ошуюю Христа во внутреннем углу фризообразной части композиции и антитетичной конфигурации, символизирующей Небесный Иерусалим, расположенной симметрично одесную Спасителя. Во-вторых, праведники в длинных, мягко драпированных одеяниях шествуют на лоно Авраамово, а грешники, обнаженные и напуганные, движутся к треугольно, согласно форме регистра, раскрытой адской пасти. «Адская пасть – это пасть Левиафана, о котором говорится в Книге Иова», – пишет Э. Маль [Маль, 2008, с. 512]. Нагота обреченных на вечные муки – символ их беззащитности перед собственными грехами и неотвратимым наказанием. На одной из фигур корона, что подчеркивает мотив равенства всех живущих перед беспристрастным орудием Суда – весами архангела. Над фигурами грешников, как и в Шартрском соборе, парят плачущие ангелы, в Амьене исполненные в более подробной манере, с соблюдением наглядного жизнеподобия. Фигуры ангелов составляют перемычку между средним и верхним регистрами: так на амьенском тимпане осуществляется единство конструктивного и смыслового начал. Напротив, граница среднего и

нижнего ярусов выполнена в декоративном ключе и составлена из каменных розеток.

Нижняя часть верхнего яруса включает в себя центральную фигуру Иисуса, поднявшего руки в благословляющем жесте, Богоматери и Иоанна Крестителя и ангелов с орудиями Страстей.

ТИМПАН ПОРТАЛА СВЯТОЙ КАПЕЛЛЫ

Тимпан портала Святой Капеллы (1242–1248) в Париже состоит всего из двух регистров. На нижнем – сцена Воскресения душ, фланкированная фигурами трубящих ангелов, с архангелом Михаилом в центре. Перемычка декорирована листьями, побегами и кистями винограда. В верхней части паству встречает Благословляющий Иисус, ближе к Нему стоят ангелы с орудиями Страстей, Богоматерь и Иоанн Креститель располагаются по краям. Сцены адских мучений, состоящие из множества переплетенных тел (в противовес остальной композиции, где множество фигур композиционно уравновешено), вынесены на основание трех перспективных архивольтов. За счет перенасыщенности композиции возникает ощущение и другого, более темного цвета этой зоны. Здесь короны королей и головной убор прелата не защитили своих владельцев от наказания, что показательно для культуры высокой готики, поскольку Святая Капелла – дворцовая часовня французских королей. Но равно с ними мучается и ремесленник в налобной повязке мастерового. Бесы уродливы и беспощадны, один из них натягивает тетиву лука ртом, физиономии искажены злобными усмешками, орудия пыток служат антитезой орудиям Страстей Христовых на верхнем ярусе.

ТИМПАН ПОРТАЛА БАЗИЛИКИ СЕНТ-ЮРБЕН В ТРУА

Тимпан базилики Сент-Юрбен в Труа (1262) отличается от предыдущих примеров явно выраженным разрывом с романской традицией. Форма перспективной арки портала стрельчатая, однако более низкая, чем в вышеописанных примерах. Архивольтов нет, если не принимать за них элементы, напоминающие одновременно и расходящиеся нервюры, и стволы из пучка колонн. Сцена Воскресения душ находится внизу, расположена фризом, как бы служащим фундаментом основной композиции. Эту зону можно в какой-то мере уподобить пределле створчатого алтаря.

На самом тимпане семь смысловых зон, каждая заключена в типично готическую декоративную форму – сравнительно небольшие стрельчатые арки и квадрифолии, вписанные в круги. Основная сцена в самом верху – Иисус Христос на троне, по обе стороны от Него расположены пышноволосые ангелы, появляющиеся в готический период. Под троном Христа высокий горизонтальный рельеф с небольшими фигурами святых. Эта часть композиции размещена в четырехлистнике, в свою очередь, вписанном в окружность.

Под нижним краем окружности находиться фигура ангела, выступающая вперед наподобие горгульи. Она расположена в треугольнике, образованном дугами трех форм – верхней окружности и двух боковых стрельчатых арок. В каждую из этих крупных арок вписано по три конфигурации: две небольшие, также стрельчатые симметричные арки внизу и окружность с внутренним квадрифолием по центру. Внутри каждой малой арки – трехлопастная конфигурация со срезанным нижним краем.

По правой стороне видим три сюжета: коленопреклоненный Иоанн Креститель (в квадрифолии), праотец Авраам с согнутыми в локтях и простертыми вперед руками, на которых растянута ткань и покоятся детские души (крайняя часть). Ближе к центру – ангелы на фоне рельефа, символизирующего Эдем. Э. Маль объясняет традицию избрания сторон готическими скульпторами следующим образом: «Богословы Средних веков… постоянно подчеркивали избранность правой стороны, и произведения мастеров должны были соответствовать установившемуся обычаю. Так, в сценах Распятия и Страшного Суда Богоматерь стоит по правую, а Иоанн по левую руку от Христа» [Маль 2008, с. 40].

Как видим, данный тимпан является исключением из этого правила, здесь скульпторы поменяли стороны местами. Как раз по левую руку Христа, симметрично Иоанну Крестителю, находится коленопреклоненная Богоматерь. Можно только предположить, что ее заступничество за судьбы грешников могло показаться авторам более действенным. Под ней симметрично эдемской композиции расположена адская: многофигурная, композиционно перенасыщенная сцена. Третий, крайний, элемент изображения, симметричный фигуре Авраама, показывает полураскрытую и весьма натуралистически выглядящую пасть адского зверя, котел и человеческие души, претерпевающие смертные мучения.

Похожий принцип организации тимпана можно видеть на портале церкви Сен-Мартен в Лане (кон. XII в.). Близкие формы позволяют говорить о различных конфигурациях готических «рыбьих пузырей», активно применявшихся в декоре порталов XIII века и в более позднее время.

Чем позже выполнялся тимпан, тем более многофигурной становилась композиция. Так, на

портале северного трансепта Руанского собора (XIII в.) мы видим чрезмерно насыщенную человеческими фигурами композицию, следующую, по-видимому (верхняя часть изображения отсутствует), принципам Буржского и Амьенского соборов.

ВИТРАЖ СТРАШНОГО СУДА В БУРЖСКОМ СОБОРЕ

Тема Страшного суда раскрывалась, разумеется, не только в каменном декоре храмового экстерьера. Так, на вертикальном витраже собора в Бурже (обход хора, XIII в.) показан путь от момента смерти до Воскресения и обретения единства с Христом. Исход души показан в нижней части композиции. Как и на тимпанах, по правую руку Иисуса находятся сюжеты, связанные с праведной жизнью, ошуюю – с грешной. Структура композиции витража по вертикали напоминает организацию рассмотренного выше изображения на тимпане базилики Сент-Юрбен в Труа: здесь мы также видим квадрифолии, в которых помещены сюжетные сцены (поле между квадрифолиями заполнено декоративными геометрическими орнаментальными элементами; бордюр, заключающий целостную композицию, также орнаментальный). Внутри крупных квадрифолиев находятся сравнительно небольшие, с закругленными лепестками.

В нижней части витража на срезанных снизу квадрифолиях показаны симметричные сцены ухода из земной жизни. С одной стороны, видим покоящегося на смертном ложе человека, чью душу принимает ангел. С другой – пламя и беса, забирающего душу. В центре сцена Причащения: Святая чаша, сцена исповеди и напротив – изгнание из храма. Выше, в вертикально ориентированной лопасти крупного четырехлистника, разработан мотив Воскресения.

В боковых срезанных квадрифолиях с закругленными лепестками видим продолжение мотива Воскресения, с одной стороны, и вечного осуждения – с другой. Волю Господню в обоих случаях возвещают трубящие ангелы.

Выше расположен четырехлистник, центральная тема которого – взвешивание душ и распределение по итогам. Внизу трубящие ангелы с изящно перекрещивающимися трубами. В верхней лопасти архангел держит весы, рядом с ним стоит бес. В центральной части (круглолепестковый квадрифолий) души уводятся в разные стороны. В боковых лепестках их принимают симметричные Авраам или адская пасть.

Над ними в усеченных по вертикали четрехлистниках разрабатываются мотивы праведной жизни, святых, праотцев и т. п. В центре верхнего квадрифолия фигура Христа с разведенными руками на троне, показывающего свои раны. Его окружают ангелы, внизу традиционно – Богоматерь и Иоанн Креститель.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проанализированный материал свидетельствует о формировании устойчивого визуального нарратива о Страшном суде во французском готическом искусстве. Обращает на себя внимание факт, что на всех без исключения изображениях образы ада занимают меньше места, чем райские образы. По всей видимости, перед нами еще один способ донести до паствы идею о великом милосердии Создателя, отражающую общий поворот к евангельскому гуманизму в культуре эпохи готики. Структура изображений вне зависимости от техники исполнения фактически повторяется за исключением тех ранних случаев, когда осуществлялся переход от романики к готике, а сами принципы находились на стадии становления. При этом назидательный смысл мотива наказания грешников сохраняется и даже в некоторых случаях усиливается по сравнению с романской скульптурой.

Трудно отрицать важность темы Страшного суда для средневекового мировоззрения. Крещендо она достигает именно в готическом искусстве, где во французской традиции ей отводится тимпан центрального, т. е. главного, портала на фасаде церкви. Этим подчеркивается ее особое значение не только в оформлении культового сооружения, но и шире – в общей концепции мироздания. Таким образом, можно говорить, что эта тема, непременным компонентом которой является мотив воздаяния за грехи, занимает фундаментальное место в картине мира человека эпохи готики и выступает одним из опорных моментов в мышлении средневекового христианина.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Любимов Л. Д. Искусство Западной Европы. М.: Просвещение, 1996.
2. Duby G., Mandrou R. Histoire de la civilisation française. Tome 1: Moyen Age – XVIe siècle. Paris: Librairie Armand Colin, 1968.

3. Маль Э. Религиозное искусство XIII века во Франции // пер с фр. М.: Институт философии, теологии и истории св. Фомы, 2008.
4. Тяжелов В. Н. Искусство Средних веков в Западной и Центральной Европе // Малая история искусств. М.: Искусство, 1981.

REFERENCES

1. Lyubimov, L. D. (1996). Iskusstvo Zapadnoy Yevropy = Art of the Western Europe). Moscow: Prosvestcheniye. (In Russ.)
2. Duby, G., Mandrou, R. (1968). Histoire de la civilisation française. Tome 1 : Moyen Age – XVIe siècle. Paris: Librairie Armand Colin.
3. Mâle, E. (2008). Religioznoye Iskusstvo XIII veka vo Frantsiyi = Religious Art of the 13th Century in France). Moscow: Institut Filosofii, Teologii i Istorii sv. Fomy. (In Russ.)
4. Tyazhelov, V. N. (1981). Iskusstvo Srednikh vekov v Zapadnoy i Tsentralnoy Yevrope = Art of the Middle Ages in the Western and Central Europe. Moscow: Iskusstvo. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Тёмкин Виктор Александрович
кандидат исторических наук
доцент кафедры мировой культуры
Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Tyomkin Victor Aleksandrovich
PhD (History) Associate Professor at the Department of World Culture
Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию	20.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	21.04.2023	approved after reviewing
принята к публикации	17.05.2023	accepted for publication

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Сетевое электронное научное издание

ВЕСТНИК
Московского государственного
лингвистического университета
Гуманитарные науки
Выпуск 7 (875)

Ответственные редакторы выпуска
кандидат филологических наук С. А. Андреева
кандидат филологических наук, доцент И. В. Баринова

Редактор Н. Г. Павлова
Верстка: А. В. Алымов
Разработка макета: А. Алымов

Подписано в печать 25.09.2023
Усл. печ. л. 21,5 Формат 60x90/8
Заказ № 75/23

Адрес редакции:
119034, г. Москва, ул. Остоженка, д. 38, стр. 1
Тел.: (499) 245 33 23
Электронная почта: ipk-mglu@rambler.ru

© ФГБОУ ВО МГЛУ, 2023

Доменное имя сайта: vestnik-mslu.ru
Учредитель: ФГБОУ ВО МГЛУ

Издание зарегистрировано 10 июня 2016 г. ЭЛ № ФС77-66051
Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций
(Роскомнадзор)

За аутентичность цитат отвечают авторы.
Перепечатка материалов возможна при обязательном письменном
согласовании с редакцией издания.
Ссылка на издание при перепечатке обязательна.

Network electronic scientific publication

VESTNIK
of Moscow State Linguistic
University
Humanities
Issue 7 (875)

Executive editors
Svetlana A. Andreeva, PhD (Philology)
Irina V. Barinova, PhD (Philology), Associate Professor

Editor N. G. Pavlova
Layout: A. V. Alymov
Layout design: A. Alymov

Signed for print: 25.09.2023
Conventional printed sheets: 21,5. Layout format 60x90/8
Order 75/23

Address:
Ostozhenka St., 38, 1, Moscow, 119034
Tel.: (499) 245 33 23
E-mail: ipk-mglu@rambler.ru

© FSBEI HE MSLU, 2023

Website domain name: vestnik-mslu.ru
Founder: FSBEI HE MSLU

The edition is registered June, 10, 2016, ЭЛ № ФС77-66051
The Federal Service for Supervision of Communications,
Information Technology, and Mass Media
(ROSKOMNADZOR)

The authors are responsible for the authenticity of citations.
Reprinting of materials is possible
with the editors' obligatory written consent.
Reference to the publication is obligatory when reprinting.

«Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки» входит в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по следующим научным специальностям:

5.9.1. Русская литература и литературы народов Российской Федерации (10.01.01)
5.9.2. Литературы народов мира (10.01.03)
5.9.3. Теория литературы (10.01.08)
5.9.5. Русский язык. Языки народов России (10.02.01)
5.9.6. Языки народов зарубежных стран (Германские языки) (10.02.04)
5.9.6. Языки народов зарубежных стран (Романские языки) (10.02.05)
5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (10.02.19, 10.02.20, 10.02.21)
5.10.1. Теория и история культуры, искусства (24.00.01)
5.12.3. Междисциплинарные исследования

«Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки» является преемником сборников научных трудов с 1940 года и, начиная с 2002 года, следующих выпусков «Вестника Московского государственного лингвистического университета»: «Лингвистика», «Языкознание», «Филологические науки», «Языкознание и литературоведение», «Восточные языки», «Философия», «Философия и культурология».