

ИЗВЕСТИЯ

ВОЛГОГРАДСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
СОЦИАЛЬНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА



ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

№3 (11)
2025



ИЗВЕСТИЯ

ВОЛГОГРАДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
СОЦИАЛЬНО - ПЕДАГОГИЧЕСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА

№3(11)

научный
журнал

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

2025 г.

ОСНОВАН
в 2023 г.

Учредитель:
Федеральное
государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный
социально-педагогический университет»

Изатель:
ВГСПУ.
Научное издательство
ВГСПУ «Перемена»

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой по надзору
в сфере связи, информационных
технологий и массовых коммуникаций

ПИ № ФС77-84741
от 17 февраля 2023 г.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА

КАРАСИК В.И. Деструктивная политкорректность как коммуникативное явление.....	4
СЕДЫХ А.П. Концепт «язык-культура»: лингвистический и лингводидактический аспекты	13
ЯФЭН ЧЖАН, ЦЗИНЬЮ ЧЖАН. Основные глаголы в китайских результативных глагольных сочетаниях: конвергентный анализ типичности.....	22
БОБЫРЕВА Е.В., ГОННОВА Т.В. Аксиологичность русских и английских сказок как основа формирования национальных ценностей	37
БУРЯКОВСКАЯ В.А., ЗУБАИРОВА Р.Р. Манипулятивный потенциал креолизованных текстов в реализации концептуальной метафоры «война» в англоязычном медиадискурсе.....	44
БОГОМАЗОВА В.В., ИОНОВА Т.А. Компьютерно-игровой дискурс в контексте активных процессов в современном лингвистическом пространстве (на материале русского и английского языков)	52
ШМЕЛЕВА О.Д. Вербальные средства выражения эмотивности в китайской медиа рекламе товаров для детей.....	60
ТЮТЮНОВА О.Н. Стилистические особенности политической сатиры (на примере телевизионных развлекательных шоу на немецком языке)	65

Главный редактор

Н.А. Красавский,
д-р филол. наук, проф.

Зам. главного редактора

К.И. Декатова, д-р филол. наук, доц.

Редакционная коллегия

Я.А. Волкова
 С.Г. Воркачев
 В.В. Дементьев
 А.Х. Гольденберг
 Д.Ю. Гулинов
 Л.В. Жаравина
 В.И. Карасик
 А.А. Кораблёв
 М.Ч. Ларionova
 О.А. Леонтович
 Г.Б. Мадиева (Казахстан)
 В.М. Мокиенко
 С.А. Мызников
 Н.Н Панченко
 С.В. Перевалова
 Л.Н. Савина
 В.И. Супрун
 Н.Е. Тропкина
 А.А. Фокин
 Ван Цзиньлин (КНР)
 Э.Ф. Шафранская

Научно-редакционный совет

А.М. Коротков
 Н.А. Красавский
 М.В. Великанов

ПЕРМИНОВ Е.В. Интригующая коммуникативная тактика
в немецких интервью: гендерный аспект 70

ГРЕБЕНЮК Е.Ф. Национальные гимны Австрии и Герма-
нии: символика, идентичность и политическая риторика 75

ИВАНКОВА И.В. Переводческие трансформации при пере-
даче прецедентных феноменов с русского языка на не-
мецкий в художественном тексте 81

РУССКИЙ ЯЗЫК. ЯЗЫКИ НАРОДОВ РОССИИ

БРЫСИНА Е.В., ФИЛАТОВА И.М. Диалектная фразеоло-
гия: проблемы и перспективы развития 90

ДЕКАТОВА К.И., СЕЛЕЗНЕВА Д.А. Фразеостилистиче-
ская конвергенция и контаминация в тексте коммерче-
ской рекламы 97

МАТЮШЕНКО Е.Е. Лексические нарушения языковой пра-
вильности в письменном научном дискурсе носителей
эрратажного русского языка 103

ХРОНИКА И РЕЦЕНЗИИ

КРАСАВСКИЙ Н.А. Проблемы современной лингвокульту-
рологии, теории коммуникации и лингвосемиотики (ре-
цензия на книгу В.И. Карасика «Языковое древо жизни:
монография. М.: Государственный институт русского
языка им. А.С. Пушкина, 2025. 496 с.) 109

*Перевод на английский язык
А.С. Караваевой.*

Сведения об авторах.....	115
Information about authors.....	117
Состав редакционной коллегии	119
Состав научно-редакционного совета.....	119

Подписано в печать
28.10.2025

Формат 60×84/8.
Бум. офс. Уч.-изд. л. 13
Тираж 1000 экз.

Адрес издателя, редакции:
400005, Волгоград,
пр. им. В.И. Ленина, 27,
ВГСПУ.

Великанову М.В.
телефон (8442)60-28-86
E-mail: philolog-izvestia@mail.ru

Отпечатано в типографии
ИП Миллер Андрей Георгиевич
400005, Волгоград,
пр. им. В.И. Ленина, 27.
Заказ № 28/10/1

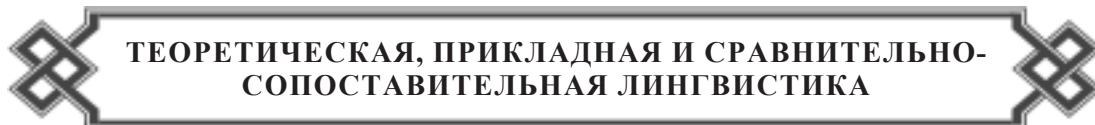
Выход в свет
20.11.2025

Цена свободная

12+



© Волгоградский государственный
социально-педагогический
университет, 2025



В.И. КАРАСИК
Москва

ДЕСТРУКТИВНАЯ ПОЛИТКОРРЕКТНОСТЬ КАК КОММУНИКАТИВНОЕ ЯВЛЕНИЕ

Рассматривается политкорректность как соблюдение определенных норм поведения, направленных на признание прав других быть другими и уважение представителей меньшинства. Политкорректность соотносится с вежливостью, противопоставляется поведению, в основе которого лежит неуважение к другим, и является несомненной заслугой общества, стремящегося к достижению социальной гармонии. Анализируются определенные отклонения от политкорректного коммуникативного поведения, которые можно квалифицировать как деструктивную политкорректность: манипулятивное использование знаков уважения к другим, формализация этих знаков, провокационное навязывание всему обществу приоритетов меньшинства и карнавально-смеховое переворачивание этих знаков.


Ключевые слова: политкорректность, эвфемизация, манипуляция,
формализация, провокация, карнавализация.

Одной из знаковых характеристик современной эпохи является политкорректность – сознательное замещение нейтральными обозначениями тех номинаций, которые могут быть осмыслены как ущемляющие права определенных представителей общества. Такое замещение продиктовано стремлением достичь равенства в позиционировании разных индивидов и социальных групп и устраниить возможность причинения им морального ущерба. Наиболее ярко это проявляется по отношению к женщинам, пожилым людям, представителям расовых и национальных меньшинств, а также лицам с нестандартной сексуальной ориентацией.

Осмысление политкорректности привлекает к себе внимание многих исследователей [3; 8; 13; 14; 18; 19; 21; 23; 25; 30; 31]. Эта проблематика активно обсуждается в публицистике [5].

В лингвистическом плане основным инструментом политической корректности считается использование эвфемизмов – тех лексико-фразеологических единиц, которые замещают грубые, непристойные и табуируемые слова и выражения. При этом участники общения однозначно понимают подразумеваемые обозначения и стремятся к соблюдению приличий. Обычно табуируются обозначения стигматизируемых явлений, физических отправлений, отклонений в поведении, опасностей и т.д. [1; 2; 4; 7; 9; 10; 12; 15; 16; 17; 20; 22; 24; 26; 28; 29].

Вместе с тем следует отметить, что было бы упрощением рассматривать соотношение между политкорректностью и эвфемизацией как корреляцию содержания и формы. Политкорректность выражается не только эвфемизмами, проявляясь в разных типах коммуникативного поведения, а эвфемизмы, в свою очередь, содержательно соотносятся с разными коммуникативными ситуациями и типами поведения, включая вежливость, смягчение (митигацию), регулировку дистанции между участниками общения и т.д. При этом политкорректность противопоставляется антиполиткорректному и псевдopolиткорректному поведению, и эвфемизация контрастирует с дисфемизацией.

В основу работы положено предположение о том, что политкорректность может быть конструктивной и деструктивной и существуют разные способы проявления деструктивной политкорректности, которые могут быть объективно установлены и охарактеризованы.

В качестве материала использовались примеры из словаря политических цитат (Oxford Dictionary of Political Quotations) и тексты из массмедиа, размещенные в интернете.

В социальном аспекте политкорректность представляет собой преодоление неравенства, в частности неравенства женщин и мужчин. В патриархальном обществе женщины должны были подчиняться мужчинам, это было закреплено в юридических нормах и традициях коллективного сознания. Активная борьба феминисток за права женщин привела к тому, что были устраниены несправедливые ограничения и предвзятые мнения. Вместе с тем традиционное сознание, как известно, является достаточно инертным и поэтому в фольклоре, включая современный городской фольклор, например анекдоты, женщины часто показаны в неприглядном свете по отношению к мужчинам.

Основным инструментом воздействия на массовое сознание для устранения социального неравенства стали средства массмедиа. Так, борцы за расовое равенство в США активно продвигали положительные образы чернокожих граждан, показывали их высокие моральные качества, открывали для них возможности получения высшего образования и престижных профессий.

Соотношение прав и установок во взаимоотношениях большинства и меньшинства было и будет динамическим. Можно выделить следующие этапы такого соотношения: 1) исходное неравенство меньшинства и ущемление прав его представителей, 2) борьба представителей меньшинства за свои права, при этом на стороне меньшинства часто выступают представители большинства, защищающие униженных и угнетенных, 3) закрепление юридического равенства представителей всех социальных групп, 4) постепенное достижение равенства всех в массовом сознании общества, 5) демонстративное акцентирование роли представителей миноритарных групп в жизни общества с целью изменения системы традиционных социальных установок и норм. Заключительный этап рассматриваемого положения дел имеет различные способы выражения в социальной практике и в ряде случаев может квалифицироваться как деструктивный тип коммуникативного поведения.

Обсуждение политкорректных способов коммуникативного поведения стало знаковым на Западе, прежде всего в англоязычном и немецкоязычном языковом пространстве. Появились списки политкорректных слов, которые следует использовать в политическом дискурсе. Более всего это затронуло гендерную сферу в языке. Предлагалось заменить традиционные слова с морфемами *-man* и *-wife* на новые единицы, например *sportsman*, *housewife* – *sports lover*, *home keeper*. Изменения коснулись и грамматики, вместо местоимений третьего лица в единственном числе (*he*, *she*) стали использовать множественное число (*they*). В немецком языке появились двойные формы с суффиксом женского рода в скобках. Активизировались попытки внедрить подобные языковые образования (феминитивы) и в русском языке (слова типа *авторка*). В целом грамматическая система русского языка успешно сопротивляется таким нововведениям, они воспринимаются как своеобразная языковая игра.

Политкорректное формообразование включает гендерные обозначения, но выходит за их рамки. Показательны следующие замещения:

Гендерная сфера: *housewife* – *domestic engineer*; *husband* – *partner*; *wife* – *partner*; *chairman* – *chairperson*; *postman* – *mail carrier*; *fireman* – *firefighter*; *stewardess* – *flight attendant* [32]. Внедряется идея гендерно нейтрального обозначения.

Экономическая сфера: *homeless* – *outdoor urban dweller*; *poor* – *economically marginalized*; *immigrant* – *newcomer*; *slum area* – *economically deprived area*; *tramp* – *home-*

less person; unemployed – economically inactive [32]. Эвфемистически замещается обозначение бедности.

Внешний вид, интеллект и здоровье: *insane – reality challenged; stupid – intellectually impaired; unschooled; fat – metabolic overachiever; ugly – visually unfavorable; smelly – nasally disturbing; deaf – hearing impairment; disease – disorder* [32]. Любые отклонения от нормы замещаются описательными выражениями.

Юридическая сфера: *prostitute – sex worker; terrorist – freedom fighter; criminal – behaviorally challenged; robbery – wealth redistribution; shoplifting – irregular shopping; murder – unauthorized termination of life* [32]. Происходит перефразирование, замещение слов с отрицательным оценочным смыслом оценочно нейтральными описательными выражениями. Такие оценочно маркированные обозначения одинаковых референтов использовались и раньше (сравним: наши разведчики и вражеские шпионы).

Отметим, что использование политкорректных номинаций становится индикатором политической ориентации участников общения: сторонники левых взглядов на политическое устройство в англоязычном мире придерживаются новых обозначений, их противники, занимающие правую часть политического спектра, высмеивают эти номинации. Подобные замещения часто производят комический эффект и используются сторонниками правых политических взглядов как насмешка в полемике со своими противниками.

Деструктивное коммуникативное поведение проявляется как в приватном, так и в публичном общении. В приватном общении это агрессия в ее различных формах, демонстрация неуважения, нарушение принятых норм общения. В публичном общении к этим формам поведения добавляются сознательные манипулятивные приемы подмены понятий и внедрения новых ориентиров мировосприятия, противоречащих доминантам культуры общества. Под манипуляцией понимается намеренное двуплановое коммуникативное действие, осуществляющееся якобы в интересах адресата, но на самом деле обусловленное стремлением инициатора общения получить выгоду от совершающего поступка. Основными каналами публичного общения, в которых проявляются эти манипулятивные приемы, являются политический, медийный и рекламный типы дискурса. Отметим, что в реальном общении в любом дискурсе можно выделить различные ситуативные характеристики, которые тесно взаимосвязаны, современный политический дискурс проявляется как медийно-политический с определенной долей рекламного продвижения тех или иных идей, ценностей и образов. Политкорректность в этой связи представляет собой языковой (и шире коммуникативный) инструмент для воздействия на общественное мнение для формирования определенных установок и стереотипных реакций.

Можно выделить несколько разновидностей деструктивной политкорректности.

К первому типу относится манипулятивная политкорректность, ее сущность состоит в замещении характеристик источника и обстоятельств действий, направленных на обеспечение нужных для манипулятора результатов, другими характеристиками, которые выглядят как морально достойные и полезные для всего общества.

Хрестоматийно известен пример сентенции Джона Кеннеди, бывшего президента США: *Ask not what your country can do for you – ask what you can do for your country. – Не спрашивайте, что ваша страна может сделать для вас, спрашивайте, что вы можете сделать для вашей страны* (Здесь и далее перевод наш – В. К). Внешне это политическое высказывание акцентирует ответственность каждого гражданина за судьбу своей страны. Но возможна и критическая интерпретация этой фразы, если мы уточним, что на самом деле имеется в виду не страна, а правительство этой страны. Мы понимаем, что интересы правительства и интересы граждан могут достаточно сильно расходиться.

Объектом критики часто выступают популярные авторы политических колонок в средствах массовой информации. Показательно следующее высказывание американ-

ского журналиста Франклина Адамса: *When the political columnists say «every thinking man» they mean themselves, and when candidates appeal to «every intelligent voter» they mean everybody who is going to vote for them.* – Когда политические колумнисты говорят «каждый думающий человек», они имеют в виду себя, а когда кандидаты обращаются к «каждому разумному избирателю», они имеют в виду тех, кто собирается голосовать за них. В этой иронической фразе раскрывается манипулятивное замещение участников избирательного процесса: разумными признаются только те, кто голосует за продвигаемых определенными политиками кандидатов. Следовательно, противники этих кандидатов должны считаться глупцами.

В политической полемике часто используется прием провокационной похвалы, которая завершается опровержением положительной оценки. Британский премьер-министр Гарольд Макмиллан так отзывался о своих противниках в 1961 г.: *As usual the Liberals offer a mixture of sound and original ideas. Unfortunately none of the sound ideas is original and none of the original ideas is sound.* – Обычно либералы предлагают смесь здравых и оригинальных идей. К сожалению, ни одна из этих здравых идей не является оригинальной, и ни одна из оригинальных не может считаться здравой.

Приведенный пример иллюстрирует лингвогородническую традицию британского политического дискурса, в котором представители власти демонстрируют свое умение издевательски оценить своих оппонентов, оставаясь в рамках внешне уважительного к ним отношения.

Вторую разновидность деструктивной политкорректности составляют различные приёмы формализации уважения к тем группам населения, которые подвергались унижениям. Формализация превращает любое ценностно маркированное поведение в фикцию. Это особенно значимо для тех национально-культурных сообществ, для которых приоритетным качеством общения является искренность, а не соблюдение ритуальных правил поведения. Принято считать, что в англоязычной культуре высока степень формально-вежливых знаков уважения к коммуникативным партнерам по сравнению с традициями русской коммуникативной культуры. Это справедливо применительно к среднему классу в Британии и США, в то время как люди, находящиеся внизу или вверху на социальной лестнице, ведут себя более естественно и откровенно. Следует отметить, что формальное выражение уважения менее свойственно молодым людям, особенно подросткам. Главным способом выражения формальной политкорректности являются определенные жесты и этикетные фразы. Разумеется, граница между формальным и неформальным выражением политкорректности является весьма размытой.

С некоторыми оговорками к такому типу политкорректности можно отнести коммуникативное поведение полицейских в США, которым было предписано встать на одно колено в знак уважения по отношению к чернокожему населению страны после того, как в мае 2020 г. белым полицейским был убит афроамериканец, и это вызвало массовые протесты по всей стране. Знаком такого поведения стала формула «*Black lives matter*» – «Жизни чёрных имеют значение».

Третья разновидность деструктивной политкорректности может быть охарактеризована как намеренное продвижение определенного образа жизни, противопоставленного традиционному мировосприятию. Сюда относятся активные действия феминисток, представителей ЛГБТ сообщества, а также сторонников определенной пищи. Психологически такое поведение представляет собой проявление истероидности, болезненного желания привлечь к себе внимание любой ценой.

Заслуживает внимания любопытная заметка о поведении активных феминисток:

Обозреватель 5-tv.ru Виктор Мараховский рассказал о феминизме, почему его можно сравнивать с расизмом и за что его стоит бояться.

Нас с вами хотят перевоспитать. Крошечная и живущая неизвестно на чьи гранты, но гиперактивная группа феминисток из Санкт-Петербурга издала памятку о том, как отважной женщине в каменных джунглях офиса распознать сексистских монстров. Все очень просто.

Если мужчина делает коллеге-женщине комплимент – он монстр. Потому что комплимент – это либо приставание, либо обесценивание. Если мужчина не просит ее двигать шкафы – он тоже монстр. Потому что сомневается в ее физической мощи. Просит женщину организовать вечеринку – тоже монстр. Значит, не верит в ее трудовые качества. Кстати, если женщина-начальница продвигает мужчин, а не своих сестер по полу – то она тоже монстр.

И со всеми ними надо бороться. Скандалить, требовать и держать в страхе. Тут можно было бы, конечно, просто посмеяться и сказать: «Хорошо, что у нас не Америка». Но не будем забывать – это пока у нас не Америка. В самой Америке еще каких-то двадцать лет назад с бешеными гендерными воительницами покачивалось большинство населения. Сейчас уже никому не смешно, потому что сила на их стороне. По сути, толпа визгливых обиженок всех возможных полов держит в страхе некогда самую хищную и заточенную на доминирование нацию.

Что тут важно: наша нынешняя система отношений, в том числе отношений мужчин и женщин, конечно же, несовершенна. Ее легко ураганно разоблачать. Но вот система, которую воины меньшинств мечтают построить на развалинах той, что есть, – вообще чистый идеологический тоталитаризм, в котором каждый аспект жизни, включая частную, должен регулироваться каким-то жутковатым революционным правосознанием. И где равенством называется длинный свод не каких-то негласных, а вполне откровенных запретов для одних и привилегий для других. То есть тот же старый добрый расизм, только в профиль. И кстати. В той же Америке уже задумываются над тем, чтобы зацементировать эту новую реальность новыми скрепами и создать новые обязательные ритуалы.

The New York Times так прямо и пишет: множество мелких и средних ритуалов скрепляют общество. И, поскольку мы свои прежние ритуалы все победили, – давайте заведем новые, под наше новое передовое общество.

Тут, конечно, богатый простор для фантазии. Ритуал принятия пожилого трансгендера в девочки. Обряд группового венчания свингеров. Церемония покаяния белых нормальных мужчин перед меньшинствами всей планеты. А тех, кто держится за старые, традиционные ритуалы и не хочет переходить на новые, – уже потихоньку начинают наказывать.

Так что над нашими гендерными борцуньями с галантностью можно, конечно, смеяться. Но их стоит немного и побаиваться – чтобы однажды не проснуться в их мире [27].

Таким образом, разновидностью деструктивной политкорректности является навязывание ценностей определенной группы и демонстративных способов их проявления всему сообществу.

Можно выделить особый тип деструктивной политкорректности, который состоит в доведении до абсурда любых этикетных или ритуальных действий с целью их карнавального осмежения.

Политический дискурс, как отмечает Е.И. Шейгал, включает три основных типа эвфемизации: 1) перекодировку с заменой оценочного знака, 2) снижение категоричности констатации факта, 3) увеличение референциальной неопределенности [29, с. 170]. Первый тип направлен на демонстрацию обострения политической борьбы и привлечение внимания к говорящему. Политик балансирует на грани допустимого публичного поведения и тем самым создает имидж активного участника полемики, поскольку сущность этого дискурса состоит в борьбе с конкурентами. Третий тип эвфемизации состоит в размытии признаков предмета речи. Оратор стремится сделать свою речь непонятной для аудитории и упражняется в красноречивом умалчивании. Таковы политкорректные перифразистические замены определенных объектов обозначениями с нулев-

вой степенью информации. Второй тип эвфемизации сводится кнейтрализации фактов и их замене фейками. Такое публичное поведение является органической частью постмодернистской картины мира. Обратим внимание на динамику осмысления фейков в современном медийном пространстве. Раньше публика воспринимала тиражируемую в массмедиа информацию как достоверную, затем по мере срастания официальных медиа с огромным количеством блогов на первый план выходит развлекательная функция информирования, достоверность перестает быть главным индикатором авторитетности источника информации [11].

Заслуживает внимания создание виртуальных новостей, которые совершенно не соответствуют действительности. Активное внедрение искусственного интеллекта в медийную индустрию приводит к появлению новостных псевдособытий. В интернетверсии газеты New York Times от 21.07.2025 г. приводится информация о видеоролике, в котором показано, как агенты Федеральной службы безопасности США задерживают бывшего президента Б. Обаму:

President Trump reposted a fake video showing former President Barack Obama being arrested in the Oval Office, as Trump administration officials continue to accuse Mr. Obama of trying to harm Mr. Trump's campaign during the 2016 election, and the president seeks to redirect conversation from the Epstein files.

The short video, which appears to have been generated by artificial intelligence and posted on TikTok before being reposted on Mr. Trump's Truth Social account on Sunday, comes days after the Office of the Director of National Intelligence issued the latest in a series of reports from the Trump administration trying to undermine the eight-year-old assessment that Russia favored the election of Mr. Trump.

The video appears to be manipulated footage of an Oval Office meeting that took place in November 2016 between Mr. Obama, then the president, and Mr. Trump, who days earlier had defeated Hillary Clinton, the Democratic nominee, in the election.

The fake video purports to show F.B.I. agents bursting into the meeting, pushing Mr. Obama into a kneeling position and putting him in handcuffs as Mr. Trump looks on smiling, while the song «Y.M.C.A.» by the Village People plays. Later, the fake video shows Mr. Obama in an orange jumpsuit pacing in a cell. The start of the video shows a compilation of actual footage of Democratic leaders, including Mr. Obama and former President Joseph R. Biden Jr., saying, «no one is above the law». – Президент Трамп перепостили поддельное видео, на котором бывший президент Барак Обама якобы арестован в Овальном кабинете, в то время как чиновники администрации Трампа продолжают обвинять мистера Обаму в попытках навредить кампании мистера Трампа на выборах 2016 года, и президент стремится переключить внимание с дел Эпштейна.

Короткое видео, которое, похоже, было сгенерировано искусственным интеллектом и было размещено в TikTok перед тем, как его перепостили на аккаунте мистера Трампа в Truth Social в воскресенье, появилось через несколько дней после того, как Офис директора национальной разведки опубликовал очередной отчет администрации Трампа, пытающейся подорвать восьмилетнюю оценку, согласно которой Россия поддерживала выборы мистера Трампа.

Видео, похоже, состоит из манипулированных кадров встречи в Овальном кабинете, которая состоялась в ноябре 2016 года между мистером Обамой, тогдашним президентом, и мистером Трампом, который всего несколько дней назад одержал победу над Хиллари Клинтон, кандидатом от демократов, на выборах.

Поддельное видео изображает агентов ФБР, врывающихся на встречу, заставляющих мистера Обаму встать на колени и надевающих на него наручники, в то время как мистер Трамп с улыбкой наблюдает за этим, пока звучит песня «Y.M.C.A.» группы Village People. Позже поддельное видео показывает мистера Обаму в оранжевом комбинезоне, который ходит по камере. В начале видео показана компиляция реальных кадров с участием демократических лидеров,

включая мистера Обаму и бывшего президента Джозефа Р. Байдена-младшего, которые говорят: «Никто не выше закона» [33].

Обратим внимание на смысл такого медийного воздействия на сознание публики. Видеоряд этого ролика показывает встречу президентов Д. Трампа и Б. Обамы, это фактическая часть содержания, затем бывшего президента арестовывают, и он предстает перед нами в оранжевой робе заключенного. Зрители понимают, что это развлекательный фейк. Звучит популярная танцевальная песня, американская аудитория хорошо знает ролик с танцующими под эту музыку молодыми людьми. В конце этого короткого агитационного ролика бывшие президенты США произносят фразу, подтверждающую победу Д. Трампа на выборах. Политкорректность преподносится как балаган.

Резюмирую.

Политкорректность как соблюдение определенных норм поведения, направленных на признание прав других быть другими и уважение представителей меньшинства, является несомненной заслугой общества, стремящегося к достижению социальной гармонии. Политкорректность соотносится с вежливостью и противопоставляется поведению, в основе которого лежит неуважение к другим. Основным коммуникативным способом выражения политкорректности являются эвфемизмы, но она выражается также и иными способами демонстрации уважительного отношения к представителям других групп общества. Существуют определенные отклонения от политкорректного коммуникативного поведения, которые можно квалифицировать как деструктивную политкорректность: манипулятивное использование знаков уважения к другим, формализация этих знаков, провокационное навязывание всему обществу приоритетов меньшинства и карнавально-смеховое переворачивание этих знаков.

Список литературы

1. Баскова Ю.С. Эвфемизмы как средство манипулирования в языке СМИ (на материале русского и английского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2006.
2. Ванюшина Н.А. Семантическая и pragматическая характеристика эвфемизмов в современных немецких и российских печатных СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2011.
3. Вашурина Е.А. Политкорректность как коммуникативная категория современного английского языка (на материале художественных и публицистических текстов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2011.
4. Вильданова Г.А. Гендерный аспект эвфемизации (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2008.
5. Галецкий В.Ф. Скромное обаяние политкорректности // Дружба народов. 2006. № 9. С. 168–186.
6. Глиос Е.С. Лингвокультурная специфика формирования и функционирования эвфемизмов в современном английском языке (на материале англоязычных Интернет-сайтов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2007.
7. Иванова О.Ф. Эвфемистическая лексика английского языка как отражение ценностей англоязычных культур: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2004.
8. Ионин Л.Г. Общество меньшинств: политкорректность в современном мире: Препринт. М.: Издательский дом Государственного университета – Высшей школы экономики, 2010.
9. Кацев А.М. Языковое табу и эвфемия: Учеб. пособие по спецкурсу. Л.: Изд-во ЛГПИ им. А.И. Герцена, 1988.
10. Кипрская Е.В. Политические эвфемизмы как средство камуфлирования действительности (на примере конфликта в Ираке 2003–2004 гг.): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ижевск, 2005.
11. Ковш М.И. Авторитетность в новостном медийном дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2024.
12. Ковшова М.Л. Семантика и pragматика эвфемизмов. Краткий тематический словарь современных русских эвфемизмов. М.: Гнозис, 2007.

**ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ
И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА**

13. Кожемякина В.А. Политическая корректность в современном публичном дискурсе (на материале русского, китайского и английского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2024.
14. Леонтович О.А. Политическая корректность, инклузивный язык и свобода слова: динамика понятий // *Russian Journal of Linguistics*. 2021. Т. 25. № 1. С. 194–220.
15. Миронина А.Ю. Политические эвфемизмы как средство реализации стратегии уклонения от истины в современном политическом дискурсе (на материале публичных выступлений Б. Обамы): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Нижний Новгород, 2012.
16. Москвин В.П. Эвфемизмы в лексической системе современного русского языка. М.: URSS, 2017.
17. Мухамедьянова Г.Н. Эвфемия в общественно-политической лексике (на материале современного немецкого, русского и башкирского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2005.
18. Палажченко М.Ю. Политическая корректность в языковой и культурной традиции (на английском и русском материале): автореф. дис. ... канд. культурологии. М., 2004.
19. Панин В.В. Политическая корректность как культурно-поведенческая и языковая категория: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2004.
20. Порохницкая Л.В. Концептуальная метафора в эвфемии: Монография. М.: Спутник+, 2013.
21. Ровинская Т.Л. Кризис политкорректности в западном медиапространстве // Мировая экономика и международные отношения. 2019. Т. 63. № 7. С. 102–110.
22. Саакян Л.Н. Эвфемия как прагмалингвистическая категория в дискурсивной практике непрямого речевого убеждения: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2010.
23. Савватеева Л.В. Идеи политкорректности и их воплощение в современном лингвокорпоративном пространстве (на материале русского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2008.
24. Сеничкина Е.П. Словарь эвфемизмов русского языка. М.: Флинта: Наука, 2008.
25. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000.
26. Турганбаева Л.С. Функциональная семантика эвфемизмов в современном французском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1989.
27. Феминистки против сексистских монстров: Виктор Мараховский о гендерной борьбе // URL: <https://www.5-tv.ru/news/248907/tolpa-vizglivyh-obizenok-protiv-seksistskih-montrov-viktor-marahovskij-ogendernoj-borbe> (дата обращения: 01.07.2025).
28. Чжан Чань. Эвфемизация в русском и китайском языках: лингвокультурологический и лингвопрагматический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2013.
29. Шейгал Е.И. Эвфемизация в политическом дискурсе // Языковая личность. Проблемы креативной семантики: к 70-летию профессора И.В. Сентенберг: сб. науч. тр. Волгоград: Пере-мена, 2000. С. 158–171.
30. Шемшуренко О.В. Эвфемизмы сквозь призму теории политической корректности (на материале американских печатных изданий начала XXI века) // Филология и культура. 2013. № 4 (34). С. 144–151.
31. Шляхтина Е.В. Языковой аспект политкорректности в англоязычной и русской культурах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ярославль, 2009.
32. Discover 100 Politically Correct words and phrases // URL: <https://bnp.org.uk/politically-correct-words> (дата обращения: 01.07.2025).
33. Trump Posts Fake Video Showing Obama Arrest // URL: <https://www.nytimes.com/2025/07/21/us/politics/trump-fake-video-obama-arrest.html> (дата обращения: 01.07.2025).

* * *

1. Baskova YU.S. Evfemizmy kak sredstvo manipulirovaniya v yazyke SMI (na materiale russkogo i anglijskogo yazykov): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Krasnodar, 2006.
2. Vanyushina N.A. Semanticheskaya i pragmaticeskaya harakteristika evfemizmov v sovremenennyh nemeckih i rossijskikh pechatnyh SMI: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Volgograd, 2011.
3. Vashurina E.A. Politkorrektnost' kak kommunikativnaya kategorija sovremennogo anglijskogo yazyka (na materiale hudozhestvennyh i publicisticheskikh tekstov): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Samara, 2011.

4. Vil'danova G.A. Gendernyj aspekt evfemizacii (na materiale anglijskogo yazyka): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Ufa, 2008.
5. Galeckij V.F. Skromnoe obayanie politkorrektnosti // Druzhba narodov. 2006. № 9. S. 168–186.
6. Glios E.S. Lingvokul'turnaya specifika formirovaniya i funkcionirovaniya evfemizmov v sovremennom anglijskom yazyke (na materiale angloyazychnyh Internet-sajtov): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Belgorod, 2007.
7. Ivanova O.F. Evfemisticheskaya leksika anglijskogo yazyka kak otrazhenie cennostej angloyazychnyh kul'tur: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 2004.
8. Ionin L.G. Obshchestvo men'shinstv: politkorrektnost' v sovremenном mire: Preprint. M.: Izdatel'skij dom Gosudarstvennogo universiteta – Vyshej shkoly ekonomiki, 2010.
9. Kacev A.M. YAzykovoe tabu i evfemiya: ucheb. posobie po speckursu. L.: Izd-vo LGPI im. A.I. Gercena, 1988.
10. Kiprskaya E.V. Politicheskie evfemizmy kak sredstvo kamouflirovaniya dejstvitel'nosti (na primere konflikta v Irake 2003–2004 gg.): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Izhevsk, 2005.
11. Kovsh M.I. Avtoritetnost' v novostnom medijnom diskurse: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 2024.
12. Kovshova M.L. Semantika i pragmatika evfemizmov. Kratkij tematicheskij slovar' sovremennoj russkih evfemizmov. M.: Gnozis, 2007.
13. Kozhemyakina V.A. Politicheskaya korrektnost' v sovremenном publichnom diskurse (na materiale russkogo, kitajskogo i anglijskogo yazykov): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Volgograd, 2024.
14. Leontovich O.A. Politicheskaya korrektnost', inklyuzivnyj yazyk i svoboda slova: dinamika ponyatij // Russian Journal of Linguistics. 2021. T. 25. № 1. P. 194–220.
15. Mironina A.Yu. Politicheskie evfemizmy ak sredstvo realizacii strategii ukloneniya ot istiny v sovremennom politicheskem diskurse (na materiale publichnyh vystuplenij B. Obamy): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Nizhniy Novgorod, 2012.
16. Moskvin V.P. Evfemizmy v leksicheskoy sisteme sovremennoj russkogo yazyka. M.: URSS, 2017.
17. Muhamed'yanova G.N. Evfemiya v obshchestvenno-politicheskoy leksike (na materiale sovremennoj nemeckogo, russkogo i bashkirskogo yazykov): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Ufa, 2005.
18. Palazhchenko M.Yu. Politicheskaya korrektnost' v yazykovoj i kul'turnoj tradiciji (na anglijskom i russkom materiale): avtoref. dis. ... kand. kul'turologii. M., 2004.
19. Panin V.V. Politicheskaya korrektnost' kak kul'turno-povedencheskaya i yazykovaya kategorija: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Tyumen', 2004.
20. Porohnickaya L.V. Konceptual'naya metafora v evfemii: Monografiya. M.: Sputnik+, 2013.
21. Rovinskaya T.L. Krizis politkorrektnosti v zapadnom media-prostranstve // Mirovaya ekonomika i mezhunarodnye otnosheniya. 2019. T. 63. № 7. P. 102–110.
22. Saakyan L.N. Evfemiya kak pragmalingvisticheskaya kategorija v diskursivnoj praktike nepryamogo rechevogo ubezhdjeniya: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 2010.
23. Savvateeva L.V. Idei politkorrektnosti i ih voploschchenie v sovremenном lingvoritoricheskem prostranstve (na materiale russkogo yazyka): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Rostov-na-Donu, 2008.
24. Senichkina E.P. Slovar' evfemizmov russkogo yazyka. M.: Flinta: Nauka, 2008.
25. Ter-Minasova S.G. YAzyk i mezhkul'turnaya kommunikaciya. M.: Slovo, 2000.
26. Turganbaeva L.S. Funkcional'naya semantika evfemizmov v sovremennom francuzskom yazyke: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 1989.
27. Feministki protiv seksistskikh monstrov: Viktor Marahovskij o gendernej bor'be // URL: <https://www.5-tv.ru/news/248907/tolpa-vizgliviyh-obizenok-protiv-seksistskikh-monstrov-viktor-marahovskij-ogendernej-borbe> (data obrashcheniya: 01.07.2025).
28. Chzhan Chan'. Evfemizaciya v russkom i kitajskom yazykah: lingvokul'turologicheskij i lingvopragmaticskej aspekte: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Volgograd, 2013.
29. Shejgal E.I. Evfemizaciya v politicheskem diskurse // YAzykovaya lichnost'. Problemy kreativnoj semantiki: k 70-letiju professora I.V. Sentenberg: sb. nauch. tr. Volgograd: Peremena, 2000. P. 158–171.
30. Shemshurenko O.V. Evfemizmy skvoz' prizmu teorii politicheskoy korrektnosti (na materiale amerikanskikh pechatnyh izdanij nachala XXI veka) // Filologiya i kul'tura. 2013. № 4 (34). P. 144–151.
31. Shlyahtina E.V. YAzykovoj aspekt politkorrektnosti v angloyazychnoj i russkoj kul'turah: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. YAroslavl', 2009.



Destructive Political Correctness as a Communicative Phenomenon

The paper deals with political correctness as adherence to certain behavioral norms aimed at recognizing the rights of others to be different and respecting representatives of minority groups. This is undeniably a merit of a society striving for social harmony. Political correctness is related to politeness and stands in contrast to behavior rooted in disrespect for others. There are specific deviations from politically correct communicative behavior that can be classified as destructive political correctness. Such deviations include the manipulative use of signs of respect for others, the formalization of these signs, the provocative imposition of minority priorities on society as a whole, and the carnival-like, humorous subversion of these signs.

Keywords: *political correctness, euphemization, manipulation, formalization, provocation, carnivalization.*

(Статья поступила в редакцию 07.08.2025).

A.П. СЕДЫХ
Москва

КОНЦЕПТ «ЯЗЫК-КУЛЬТУРА»: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ И ЛИНГВОДИАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Рассматриваются некоторые аспекты корреляций имбрикативного концепта «язык-культура» в процессе изучения и преподавания иностранных языков (французского, арабского, иврита) с учетом этнокультурных факторов эволюции языковых контактов. Используется методология транскультурного анализа лингвокультурных и лингводидактических данных.-

Ключевые слова: *языковая картина мира, концептосфера, лингвокульттура, интеракциональная социолингвистика, лингводидактика.*

С конца XX в. по настоящее время происходит синхронизация и активная интеграция различных дискурсов и практик изучения и преподавания иностранных языков [2]. Продвижение с начала XXI в. Общеевропейских критериев владения языками (фр. *Cadre Commun de Référence pour les Langues*; англ. *Common European Framework of Reference for Languages* – далее CEFR), их стандартизирующий эффект, особенно в области оценки и сертификации (экзаменов), их распространение за пределами Европы сви-

действуют, на наш взгляд, о возврате к фундаментальности и более жёсткой структурированности подходов к изучению и преподаванию языков.

Языки, являясь как символическими, так и культурогенными активами человечества в формировании многоязычного вербального репертуара современных субъектов речи, представляют собой серьёзные проблемы для акцептации и аккультурации идентичности в семиотическом пространстве глобализационных межкультурных и межязыковых обменов [1; 4; 5]. В настоящее время существуют как минимум два лингвокультурологических вектора эволюции индивидуального и коллективного сознания:

- микроуровневый, в рамках которого осуществляется валоризация мобильности индивидов, усложняющая формирование их идентичности;
- макроуровневый, когда политическая напряжённость между языками и национальной, культурной или религиозной идентичностью возрастает.

Безусловно, важность взаимосвязи языка и культуры доказана уже достаточно давно, но она предстаёт в новом свете, начиная со второй половины XX в., когда коммуникативный подход, подкреплённый исследованиями в области *интеракциональной социологии* [11; 12; 15], утверждается в качестве модели изучения/преподавания иностранных языков. В структуре CEFRL, по сути, достижение монокультурной и поликультурной компетентности является одной из целей, поставленных перед преподавателями иностранных языков.

Рассмотрим подробнее взаимосвязь языка и культуры в рамках этого сложного процесса и покажем, что, хотя эта взаимосвязь, несомненно, представляет собой концепт в лингвистической антропологии или интеракциональной социологии, в дидактике она таковой не является. В дидактике иностранных языков это сложная взаимосвязь, которая в настоящее время представляется очевидной и значимой, поскольку эта дисциплина демонстрирует явную открытость к плюрализму (многоязычию и мультикультурализму). При этом планируется показать, что эта взаимосвязь, наряду с различным пониманием значения слова «культура», служит *идеологической переменной* в нарративном пространстве современности. Это позволит провести сравнение между тремя знаковыми, с нашей точки зрения, языками: *французским, арабским и ивритом*.

Рассмотрение взаимосвязи языка и культуры как концептуального образования неизбежно означает принятие историчности языка и переход от чисто лингвистических соображений к более широкой позиции, в рамках которой язык реконструируется исключительно в терминах *передачи и присвоения* информации в рамках многочисленных и обширных социальных и культурных взаимодействий. Следовательно, это также означает признание главенства дискурсов над языком. Субъекты речи и их когнитивно-коммуникативная субъективность, по сути, являются основными агентами лингвосемиотических трансформаций. В конечном счёте, данный подход согласуется с работами по лингвистической антропологии, но также оставляет значительный простор для вопроса о моделировании смыслов и их презентаций [13].

Концепт «язык-культура» изначально, кажется, замыкает каждое языковое сообщество в самом себе: люди одной лингвокультуры, как правило, адекватно понимают только друг друга, но в любом случае такое положение ставит нас перед проблемой интерпретации сложности мира и, следовательно, ведёт к комплексной рефлексии над этим вопросом. Поэтому начнём с краткого обзора формирования рассматриваемого концепта, начиная с работ В. Гумбольдта начала XIX в. Для этого философа-лингвиста языки – это исторические «индивидуальности», проецирующие видение мира. Данный подход также является культурным и политическим в самом широком смысле, т.к. по его мысли язык конституирует человека: «Человек мыслит, чувствует и живёт только в языке» [14, с. 157] (здесь и далее перевод с французского и английского языков наш – А. С.). В. Гумбольдт устанавливает глубокую связь между индивидами и их принадлежностью нации: «Язык не есть свободное произведение отдельного человека, он всег-

да принадлежит целой нации; в нём также и более поздние поколения получают его от предшествующих» [Там же, с. 97].

Герменевтическая природа языка, т.е. то, что требует интерпретации, позволяет добавить интересный элемент к размышлению о механизмах формирования смысла: «В силу взаимной зависимости мысли и слова ясно, что языки, строго говоря, не являются средствами представления уже известной истины, а, напротив, средством открытия ранее неизвестной истины» [Там же, с. 101]. Более того, по мнению В. Гумбольдта, именно художественные произведения наиболее полно воплощают самобытность каждого языка.

«Лингвистический поворот» в философии, начатый В. Гумбольдтом в начале XIX в., позволил сформировать размышление о связи между индивидом, языком, культурой, обществом и нацией. Эта связь исследовалась по-разному в различных дисциплинах, возникших вплоть до начала XX в. (лингвистике, социологии, психологии и этнографии). При этом данная интеллектуальная и научная конфигурация радикально противостоит сциентизму и позитивизму.

Следует отметить, что работы В. Гумбольдта легли в основу лингвистической антропологии, особенно американской, которой обязана своим появлением знаменитая гипотеза Сепира-Уорфа (в отечественной терминологии *гипотеза лингвистической относительности*) середины XX в. Она позволяет детально связать понятия языкового сообщества, речи и языка в непрерывном процессе взаимозависимого структурирования языка и дискурса.

Данную концепцию структурируют две ключевые эпистемологические траектории: язык формирует идеи тех, кто на нём говорит, а слова – это социальные формы, структурирующие жизненный мир: «Мы можем рассматривать язык как символический проводник по культуре. В другом смысле лингвистика также оказывает большую помощь в изучении культурных явлений» [18, с. 214]. Б. Уорф расширяет концептуальные рамки гипотезы, делая акцент на виртуальном социальном договоре о взаимодействии языка и речи в рамках языкового сообщества: *«An agreement that holds throughout our speech community and is codified in the patterns of our language»* / Соглашение, которое действует во всём нашем языковом сообществе и кодифицировано в структурах нашего языка [19, с. 5].

Категория «коммуникативная компетентность», разработанная Деллом Хаймсом [15], *интеракциональная социология* с выдвижением концепции *вербального репертуара* [12] или *этнография коммуникации* с созданием концепции *лица и ролей* [11] представляют собой, на наш взгляд, наиболее совершенные подходы к исследованию связи между языком и культурой в 1970-е гг. XX в.

Ранее эта взаимосвязь также изучалась во французской науке с конца XIX в. Первыми были работы Мишеля Бреяля. В 1897 г. исследователь поместил психологическую и социальную природу языковых изменений, а также тему волитивности языкового знака, в центр своего «Очерка о семантике» (*Essai de sémantique*). В данной работе описан процесс постоянного коллективного и бессознательного прогресса языка, который, по мнению учёного, осуществлялся вместе с развитием интеллекта, в соответствии с такими принципами, как аналогия, метафора и др., подчиняющимися не естественным законам фонетики, а законам социальной психологии, законам «духа народа» (*l'esprit d'un peuple*), тем, которые направляют «прогресс разума» (*progrès de l'esprit*) [8, с. 258].

В середине XX в. Э. Бенвенист, рассматривая себя в «изменчивом ландшафте языка», и писал о том, что: «Между двумя лингвистическими и социальными системами нет структурной корреляции. Связь может быть только семиологической, а именно связью между интерпретатором и интерпретируемым, исключающей любую генетическую

связь. Язык содержит в себе общество; невозможно описать общество или управляющие им представления вне лингвистических достижений» [7, с. 79].

Как видим, существующая концепция взаимоотношений языка и культуры даёт широкое определение культуры, антропологическое по своей природе. Она позволяет проводить анализ на двух уровнях: микро- и макроуровне. На микроуровне предполагается изучение потенциала ценностей, структурирующих интерпретацию обменов, текстов и т.д. между субъектами одного языкового сообщества. На макроуровне, т.е. на политическом и историческом уровнях, концепция предполагает измерение степени и модальностей распространения языка и культуры.

В этом аспекте сразу возникает противоречие: концепция «язык-культура» выигрывает от относительной однородности, хотя она неизбежно подвержена значительным социальным и поколенческим различиям, которые нельзя игнорировать, но непосредственно сталкивается с вариативностью и диверсификацией ценностей, т.к. не все языки и культуры равноценны с точки зрения ценностей. В. Гумбольдт уже продемонстрировал важность контакта и историчности: «Благодаря этой особенности языки действуют далеко за пределами всех поколений народов, к которым они принадлежат, рано или поздно вступая в контакт с другими языками» [14, с. 140]. «Разнообразие языков касается всемирной истории» [Там же, с. 147]. «Поэтому языки и их разнообразие следует рассматривать как силу, управляющую историей человечества» [Там же, с. 151]. Именно экстраполингвистический аспект хотелось бы затронуть далее, поскольку преподавание иноязычной культуры фактически принадлежит к этой конфигурации понятийного поля.

Остановимся на вопросе вхождения в историю языковых и культурных контактов.

Вопрос языковых диффузий и порождаемых ими репрезентаций занимает центральное место в исследовании концепции «язык-культура». Многочисленные исторические свидетельства демонстрируют разнообразие процессов диффузии, некоторые из которых были насильственными, другие – политически организованными. Примерами могут служить греческий язык, язык философии в Риме вплоть до классического периода; латинизация Римской империи, арабизация Ближнего Востока; испанизация Латинской Америки; французизация колоний, не говоря уже о невероятном распространении английского языка как сверхязыка, т.е. как языка глобального общения.

Процессы аккультизации и детерриториализации (оторванности от национальной территории) внесли значительный вклад не только в глобализацию языковых культур, но и в формирование широко распространенных коллективных представлений (например, французский язык – красивый, язык любви, но сложный, немецкий – язык инженеров, английский – простой и легкодоступный т.д.), а также в создание ди-, даже полиглоссных социолингвистических пространств, т.е. таких, где языки, представленные на данной территории, имеют разные социальные ценности (например, современный арабский язык в школах – официальный, но не родной, в отличие от диалектного арабского языка – родного, но не имеющего письменности и непризнанного). Не будем здесь подробно останавливаться на всех модальностях диффузии: диаспоральной, с территорией проживания или без неё, миграционной, колонизаторской и т.д.

К вышеуказанным типам языковой диффузии следует добавить тот, который проходит в процессе глобализации образования со второй половины XX в. и особенно в XXI в.: преподавание/изучение одного или даже двух иностранных языков становится всё более очевидным. В этом контексте крайне важно учитывать механизмы рецепции иностранного языка и культуры в рамках уже сложившейся образовательной культуры, также должен быть детально изучен контакт между культурами преподавания и системами обучения.

Отмечается, что оторванность языка от исходной территории неизбежно меняет взаимоотношения между языком и культурой в зависимости от политических или иде-

ологических факторов, определяющих распространение и/или восприятие. Поэтому решающее значение будет иметь вопрос о нормах распространения. С этой точки зрения, опять же, связь между языком и культурой является более или менее крепкой, но всегда возможно разорвать эту связь, например, при распространении языка обслуживания, такого как английский. С другими языками распространения, такими как французский или современный арабский, ситуация сложнее, поскольку в них выстроены весьма стандартизированные отношения между языком и культурой. Присутствует строгое структурирование по отношению к письменной культуре (в широком смысле, а не только к литературе). Напомним, что решающую роль в этом процессе играют признанные мировым сообществом институты распространения, такие как Всемирный израильский альянс (*Alliance Israélite Universelle*) и Французский альянс (*Alliance française*), работающие с конца XIX в.

Несколько слов о феномене культурной компетентности в CEFRL (Институте Общеевропейских критериев владения языками). Этот институт представляет собой важный ориентир для преподавания иностранных языков. Хотелось бы отметить, что изначально он был призван содействовать мобильности европейских студентов и являлся частью исторической перспективы, закрепившей примирение Франции и Германии. В настоящее время он значительно выходит за эти рамки, поскольку широко используется за пределами Европы, особенно в рамках общепринятых шкал прогрессии с их дескрипторами (A1 A2/B1 B2/C1 C2) [9].

Нельзя упускать из виду развиваемый этой европейской структурой взгляд на взаимосвязь языка и культуры. С *идеологической* точки зрения речь идёт о: развитие многоязычия, мультикультурализма: «Языковые и культурные компетенции, связанные с каждым языком <...>, позволяют человеку развивать более богатую и сложную личность, повышать его способность к изучению других языков и открываться новому культурному опыту» (Введение, CEFRL). С *теоретической* точки зрения, антропологическая культура является точкой отсчёта: «Социокультурное знание» охватывает: повседневную жизнь, условия жизни, межличностные отношения, ценности, убеждения и поведение, язык тела, этикет и ритуальные практики (CEFRL, Глава 5). Отметим, что усвоение культурной и академической культуры является основополагающей целью, начиная с уровня C1.

Очевидно, здесь можно лишь подчеркнуть проактивный и предписывающий характер этого институционального текста, который не привязан к какому-либо языку или культуре, даже если он написан и/или переведён на конкретный язык: например, французский и английский для оригинальных версий и китайский, арабский и т.д. для переводов.

Остановка только на вышеуказанном статусе языка означает неизбежное признание универсального типа культуры, что затушёвывает практически все проблемы, связанные с культурным разнообразием, и противоречит самой сути концепции языка-культуры. Это также означает «принятие функциональной и технической стороны культуры, уровни А и В которой, несомненно, являются репрезентативными, поскольку они в первую очередь ориентированы на непосредственное или тесное общение» [16, с. 158].

На современном этапе развития политические и образовательные культуры, принимающие эту модель, толкуют связь между языком и культурой иностранного языка совершенно по-разному. Выделим, не претендуя на исчерпывающий перечень, пять реляционных модальностей интерпретации концепта «язык-культура» в различных социумах:

1. Относительное расхождение между языком и культурой в пользу непосредственного общения (английский язык), укрепление стереотипов, иллюзия прозрачности между языками и культурами, важность сертификации (Китай).

2. Радикальное расхождение между языком и культурой в пользу культуры, переведённой на родной язык (культурология малых народов): использование фильтра родного языка, перевода для доступа к другой культуре.

3. Ограничение языка и культуры литературным измерением (французский язык в Восточной Европе), укрепление представлений о другой культуре.

4. Дисторсия языка и культуры в пользу традиционной национальной культуры (Алжир), укрепление представлений о родной культуре.

5. Вариативность языка и культуры: исследование различных культур, связанных с референтным языком, взаимодействие языка и культуры (франкоязычные регионы, англоязычные регионы), переосмысление общепринятых норм, литературно-художественных способов выражения мысли.

В данной перспективе возникает ряд вопросов, требующих детализации модальных характеристик: Что означает присвоение языка и культуры другого? Возможно ли это? О каком языке идёт речь? О какой культуре? Какую связь мы устанавливаем с первыми языками, родными языками, на которых говорят учащиеся?

Для этого необходимо углубляться в специфику конкретных языков и культур, понимать историчность их контактов и ценность, которую можно придать не только межкультурному подходу, позиционирующему обучающегося как наблюдателя и компаратора, но и транскультурному подходу, где обучающийся сам становится точкой перехода от одного языка и культуры к другому. Этот подход, основанный на рефлексивности, представляет собой, на наш взгляд, процесс познания «инаковости» как базовой категории идентичности, рассматриваемой в бинарности отношений концепта “свой-чужой”» [6, с. 115].

Данный аспект в более общем плане является частью современного подхода, который исследователи называют *histoire croisée* (перекрёстная история) или *histoire connectée* (подключённая история), когда: «*La transversalité est substituée à l'orthogonalité, le trans-national à l'inter-national*» / Трансверсальность заменяет ортогональность, транснациональное – интернациональность [17, с. 25].

Заслуживают отдельного рассмотрения такие явления, как компаративизм и транскультурность. В этой сравнительной перспективе попытаемся, наконец, предложить некоторые по необходимости схематичные пути размышлений о социально-историческом и дидактическом статусе иврита, арабского и французского языков. Историчность этих языков имеет как общие черты, так и существенные различия. Очевидно, что их можно изучать независимо друг от друга, но их сравнение интересно и конструктивно, поскольку исторически они могут и даже должны присутствовать в репертуаре учебных предметов образовательных учреждений инновационного типа не только в Европейском союзе.

Критерии языковой, культурной, идеологической и политической близости/дистантности (в широком смысле) позволяют утверждать, что и французский, и арабский языки широко распространены (в силу колониального прошлого) и имеют статус вторых языков на многих франкофонных территориях. Надо сказать, что во французском языке существует тонкое, но важное различие между «вторым языком» (*deuxième langue* = 2L) и «языком вторым» (*langue seconde* = L2; FLS).

«Второй язык» (2L) – это общий термин для любого языка, изучаемого после родного языка. Это может быть как иностранный язык, так и язык, на котором говорят в стране проживания. Термин «второй язык» может использоваться взаимозаменямо с термином «иностранный язык» в определённых контекстах, особенно вне сферы образования. Например, английский можно назвать вторым языком человека, если он изучил его после родного языка и владеет им свободно, независимо от того, является ли он носителем языка в англоязычной стране или нет.

«Язык второй» (L2) – более узкий термин, который обычно относится к языку, изучаемому после родного в образовательном контексте, где он может иметь официальный статус или играть особую социальную роль. Его часто отличают от родного языка, а также от иностранного языка, поскольку он может использоваться в официальном, профессиональном или академическом контексте. Например, французский язык может быть вторым языком во франкоязычной Африке, где он является официальным языком и языком обучения, хотя у большинства людей другой родной язык. В образовательном контексте термин «язык второй» часто используется для обозначения французского языка как второго языка (FSL) для учащихся, для которых французский не является родным языком.

Обобщая, можно сказать, что «второй язык» (*deuxième langue*) – это с лингвокультурологической точки зрения более широкий и общий термин, в то время как «язык второй» (*langue seconde*) – это более конкретный термин, относящийся к языку, изученному в определенном образовательном или социальном контексте.

Связь с исконной территорией имеет более сложную понятийно-концептуальную и geopolитическую конфигурацию, и мы не будем её здесь рассматривать. Напомним только, что французский язык возник на территории Римской Галлии, где вульгарная латынь, на которой говорили римляне, развивалась и смешалась с местными кельтскими языками, в частности с галльским наречием. Так, в аспекте синхронии транскультурность конструктивно «работает» на обширных территориальных пространствах, где контактируют большие и малые социумы, что приводит к формированию новых языковых идентичностей. В этом плане можно утверждать, что нормативный характер связи между языком и культурой неизбежно нарушается разнообразием территорий, которые исторически аккумулировались, например, франкоязычные регионы и/или арабоязычный мир.

Текущая ситуация в Алжире (второй по величине франкоязычной стране после Франции, но не входящей в официальное пространство Франкофонии) с этой точки зрения весьма интересна. Речь идёт о бывшем французском департаменте, арабизированном с 1962 г., где существуют современный арабский язык как официальный, берберский и арабский идиомы, а также и многочисленные говоры, и диалекты, а французский язык часто выступает как предпочтительный язык и т.д. Тем не менее, что бы ни думали политики, все эти языки могут быть центральными в репертуаре алжирского студента: только подход к обучению, учитывающий эти языковые и культурные контакты, может обеспечить последовательное обучение, но идеологические проблемы значительно затрудняют эту возможность.

Вопрос об иврите исторически интересен и сложен, не только с точки зрения его связи с территориями, но и с точки зрения контактов, осуществляемых в различных диаспорах. Исторический и политический путь иврита практически противоположен пути арабского языка: это священный язык, ставший одновременно родным и официальным. Напомним, что современный арабский язык не является языком Корана, но и родным языком арабофонов он также не является.

Что касается его преподавания, с точки зрения внутренней ситуации, можно сказать, что современный иврит действительно является одним из основных вторых языков в Израиле. На его нынешней территории он выступает языком аккультурации для мигрантов, но также и вторым языком израильских арабов, что, напротив, не относится к распространённым явлениям. Израильские евреи, несмотря на то, что они исторически происходят из стран Востока, не используют арабский как второй язык, хотя он является одним из двух официальных языков [3; 10].

Экстерриториальное преподавание иврита как иностранного поднимает ряд вопросов о взаимосвязи языка и культуры: Чем является современный иврит для европейской

диаспоры? Как ведут себя еврейские языки и цивилизации, например, в университетской среде в рамках восточных/семитских языков и цивилизаций?

По нашему мнению, сопоставление различных статусов таких языков, как французский, арабский и иврит, а также феномена перевода с одного языка на другой (и количества переводов) позволило бы развить первоначальный подход к внутренним связям, которые эти языки поддерживают между охватываемыми ими культурными многообразиями, а также к внешним связям, в рамках этих связей, не только с лингвистической и текстовой, но и с дискурсной и культурной точек зрения.

Резюмируем изложенное выше.

Интеллектуально-эпистемологический ракурс, который был избран нами, выявил проблематичную и насыщенную природу взаимосвязи языка и культуры. С одной стороны, это научная концепция, открывающая новые лингвосемиологические горизонты и дисциплины, такие как лингвистическая антропология или этнография коммуникации; с другой стороны, это ключевая взаимосвязь в преподавании/изучении иностранных языков, но эта взаимосвязь требует глубокой интерпретации и анализа, поскольку её идеологический и политический характер является ярко выраженным.

Пример французского языка в этом отношении показателен: несколько исторически связанных культур развивались в соответствии с институтами распространения: язык и культура порабощения, язык и культура эманципации, язык и интеллектуальная культура. Общим в вопросе о научной концепции и в плане взаимосвязи в преподавании иностранных языков является роль историчности дискурсов, их вариаций и контактов между языками и культурами.

Этот процесс играет очень важную роль как на личностном уровне (стандартные представления об обучении и преподавании), так и на коллективном уровне. Тем не менее, этот феномен межязыковых и межкультурных контактов редко рассматривается как преимущество, скорее, как препятствие. Действительно, хотя CEFRL фактически связывает образовательную и языковую политику, на практике эта политика чаще всего оторвана от национальной перспективы или плохо сформулирована, т.к. не принимает во внимание реальность языковых и культурных контактов на рассматриваемой территории. Тем не менее в современном подходе к исследованию и преподаванию инаковости мы действительно должны двигаться как в сторону дидактики языков, находящихся в контакте, или языковых контактов как таковых.

Таким образом, на современном уровне интеракциональной социологии имбриационный концепт «язык-культура» является ключевым элементом в преподавании и изучении иностранных языков. Способы актуализации данного концепта показывают, что язык – это не просто система грамматических правил и лексики, но интеракции с культурой тех, кто на нём говорит, т.к. язык – это культурный проводник и средство, с помощью которого культура проявляется, передаётся и трансформируется, отражая ценности, верования, обычай и образ мышления общества.

Язык не нейтрален и не только несёт в себе следы истории и культурного контекста социума, но в значительной мере формирует лингвосемиотические форматы автохтонной культуры. Вместе с тем, интегрируя культуру в изучение языка, учащиеся развивают более глубокое понимание родного языка и его нюансов. При этом изучение иностранного языка не только учит студентов говорить на другом языке, но и направляет их взаимодействие с другой культурой.

Перспективы исследования избранной тематики видятся в диверсификации подходов, основанных на синергии языка и культуры, направленности на развитие межкультурной компетентности, т.е. способности понимать людей из близких/дистантных культур и адекватно взаимодействовать с ними, помогая разрушать стереотипы и развивать открытость и толерантность к другим лингвокультурным сообществам.

Список литературы

1. Баклушкина И.А. Иностранный язык как учебный предмет и достояние индивида // Языковой дискурс в социальной практике. Международная научно-практическая конференция. Тверь, 02–03 апреля 2021. С. 22–26.
2. Вахрушева О.В., Жигалев Б.А., Безукладников К.Э. Интеграция иностранного языка и специальных дисциплин как способ актуализации содержания иноязычной подготовки будущего офицера // Язык и культура. 2023. № 61. С. 127–153.
3. Горбачева М.А. Современный иврит в ретроспективе: между литературной нормой и реальностью // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 13: Востоковедение. 2024. Т. 68, № 4. С. 107–116.
4. Иссерс О.С. Речевое воздействие: Учеб. пособие. М.: Флинта; Наука, 2009.
5. Комарова Ю.А., Баграмова Н.В. Методология интегративного подхода к процессу обучения иностранным языкам в вузе // Сибирский педагогический журнал. 2009. № 4. С. 115–123.
6. Седых А.П. Язык, культура, коммуникация: французский мир: Монография. Белгород, Эпизентр, 2022.
7. Benveniste É. Dernières leçons. Collège de France 1968 et 1969, Paris: Le Seuil, 2012.
8. Bréal M. Essai de sémantique.[1897]. Limoges: Lambert-Lucas, 2005.
9. Conseil de l'Europe. Cadre Commun de Référence pour les Langues (CEFL). Paris, Didier, 2001.
10. Encyclopædia Universalis France (en ligne). // URL: <https://www.universalis.fr/recherche/RH%C3%89TORIQUE/article/1/> (EUFr) (дата обращения: 10.07.2025).
11. Goffman E. Façons de parler (traduit de l'anglais par Alain Kihm), coll. «Le Sens Commun», Ed. Minuit, Paris, 1987.
12. Gumperz J. Engager la communication: introduction à la sociologie interactionnelle. Traduit de l'anglais, Éd. de Minuit, 1989.
13. Habermas J. Idéalisations et communication. Agir communicationnel et usage de la raison. Paris, Fayard, 2005.
14. Humboldt W. [1828] (trad. fr. éd. bilingue) Sur le caractère national des langues et autres écrits sur le langage, Paris, Points Seuil, 2000.
15. Hymes D. Vers la compétence de communication. Paris, Hatier et Credif, 1984.
16. Jostes B. Union européenne et apprentissage des langues. En quête d'un espace communicationnel européen // Werner M éd. Politiques et usages de la langue en Europe, Paris: Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2007. P. 157–184.
17. Minard Ph. Globale, connectée ou transnationale: les échelles de l'histoire connectée // Esprit 400. Comment faire l'histoire du monde? December2013. P. 20–31.
18. Sapir E. The Status of Linguistics as a Science // Language. December, 1929. Vol. 5. No. 4. P. 207–214. URL: <https://www.mpi.nl/publications/item2381144/status-linguistics-science>; doi:10.2307/409588 (дата обращения: 10.07.2025).
19. Whorf B.L. Science and Linguistics [1940], repris dans John B. Carroll, Ed., Language, Thought and Reality. Selected Writings of Benjamin Lee Whorf [1897–1941], Cambridge MA, The MIT Press, 1956.

* * *

1. Baklushina I.A. Inostrannyj jazyk kak uchebnyj predmet i dostoianie individa // Yazykovoj diskurs v social'noj praktike. Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferenciya. Tver', 02–03 aprelya 2021. S. 22–26.
2. Vahrusheva O.V., Zhigalev B.A., Bezukladnikov K.E. Integraciya inostrannogo jazyka i special'nyh disciplin kak sposob aktualizacii soderzhaniya inoyazychnoj podgotovki budushchego oficera // Yazyk i kul'tura. 2023. № 61. S. 127–153.
3. Gorbacheva M.A. Sovremennyj ivrit v retrospektive: mezhdru literaturnoj normoj i real'nost'yu // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 13: Vostokovedenie. 2024. T. 68, № 4. С. 107–116.
4. Issers O.S. Rechevoe vozdejstvie: Ucheb. posobie. M.: Flinta: Nauka, 2009.
5. Komarova Yu.A., Bagramova N.V. Metodologiya integrativnogo podkhoda k processu obucheniya inostrannym jazykam v vuze // Sibirskij pedagogicheskij zhurnal. 2009. № 4. S. 115–123.
6. Sedyh A.P. Yazyk, kul'tura, kommunikaciya: francuzskij mir: Monografiya. Belgorod, Epicentr, 2022.

The concept «language – culture»: linguistic and linguodidactic aspects

The aspects of correlations of the imbricative concept «language-culture» in the process of studying and teaching foreign languages (French, Arabic and Hebrew) with the consideration of ethnocultural factors of evolution of language contacts are considered. The methodology of transcultural analysis of linguocultural and linguodidactic data is used.

Keywords: *linguistic world view, sphere of concepts, linguoculture, interactional sociolinguistics, linguodidactics.*

(Статья поступила в редакцию 20.08.2025).

ЯФЭН ЧЖАН

Синьцзян (КНР)

ЦЗИНЬЮ ЧЖАН

Сиань (КНР)

ОСНОВНЫЕ ГЛАГОЛЫ В КИТАЙСКИХ РЕЗУЛЬТАТИВНЫХ ГЛАГОЛЬНЫХ СОЧЕТАНИЯХ: КОНВЕРГЕНТНЫЙ АНАЛИЗ ТИПИЧНОСТИ*

На основе стандарта доказательства типичности, предложенного Дж. Гилкуином и А. Макмайклом, описывается типичность 460 односложных основных глаголов, употребляемых в китайских результативных глагольных сочетаниях по данным «Словаря употреблений китайских глаголов». Выявляются уровни усвоения основных глаголов, употребляемых в китайских результативных глагольных сочетаниях, включая наиболее типичные, субтипичные и атипичные, что обеспечивает эмпирическую поддержку для преподавания китайского языка как второго или иностранного. Углубляется понимание концепции типичности глаголов, что создает основу для отбора лексики, используемой в практике преподавания иностранного языка.

Ключевые слова: *результативные глагольные сочетания, основные глаголы, типичность, конвергентные доказательства.*

К анализу феномена типичности как важному аналитическому понятию когнитивной лингвистики, как правило, не обращаются в лингводидактике [52, с. 217; 79, с. 12]. В Китае, к сожалению, недостаточно внимания уделяется когнитивным исследованиям [79; 81]. Но проблема установления типичного уровня усвоения иностранными учащи-

* Исследование выполнено по гранту «Результаты последней стадии проекта Национального фонда социальных наук «Овладение сочетаниями китайского языка с родным английским и тюркским» (проект № 14BYY091). Fund: Late-stage results of the National Social Science Fund Project «Second Language Acquisition of Conjunctions by Chinese Language Learners with Native English and Turkic Languages» (Project No. 14BYY091).

мися основных глаголов, входящих в китайские результативные глагольные сочетания, является актуальной и ждет своего решения именно в парадигме когнитивной лингвистики.

Результативные глагольные сочетания (такие как, например, *забить до смерти*) являются распространенными конструкциями в разговорном китайском языке и отражают уникальность китайской морфологии [66].

Результативные глагольные сочетания, наряду с глаголами действия и статичными глаголами, образуют три основных типа стержневых глаголов в китайском языке [69]. С точки зрения когнитивной лингвистики, события, кодируемые такими сложными сочетаниями, состоят из двух основных компонентов: причины и изменения состояния [51]. Такие ученые, как Й. ЧАО [26], К. Ли и С. Томпсон, рассматривают результативные глагольные сочетания как продукты формализации сложных глаголов [50]. Это подтверждается и данными, полученными Дэн Сянцзюнем [29].

В нашем исследовании рассматриваются типы результативных глагольных сочетаний, которые включают в себя дополнения, указывающие на результат, направление и время действия.

В традиционном обучении языку частота употребления слов является ключевым критерием для отбора активной лексики, – явления, известного как частотный эффект овладения языком [28; 59; 64]. Однако Н. Эллис отметил, что хотя частота употребления слов и является необходимым условием для овладения иностранным или вторым языком, но этого недостаточно [33]. Различия в усвоении словарного запаса лишь частично объясняются частотой встречаемости слова, должны учитываться и другие факторы, такие как типичность, острота восприятия и разговорность. Сейчас все больше и больше исследований начинают фокусироваться на изучении усвоемости лексики, основанной на ее типичности [52].

Определение типичных ключевых глаголов требует описания их характеристик и оценки концепций типичности. В нашей работе сначала рассматриваются концепции типичности и стандарты измерения типичности, затем даются характеристики основных глаголов в сложных глагольных сочетаниях. При этом основное внимание уделяется анализу теоретического вклада, сделанного в разработку концепции типичности результативных глагольных сочетаний исследователем Ву Лин, рассмотрению ее достоинств и недостатков [13].

Теория типичности – одна из ключевых теорий когнитивной лингвистики, имеющая длительную историю изучения. Такие концепции, как теория маркеров [49], теория базовой иерархии [37] и проблема когнитивной значимости [65], предполагают обсуждение типичности. Э. Рош и Р. Скотт отмечали, что типичные элементы обычно появляются и содержат наибольшее количество информации в корпусах, что облегчает их поиск [62]. Дж. Лакоф, основываясь на теории маркеров, предполагал, что типичность тесно связана с лаконичностью, и поэтому наиболее типичная форма должна иметь простейшую структуру [47]. Р. Лангакер подчеркивал, что наиболее типичные элементы наиболее заметны с когнитивной точки зрения и, как правило, являются репрезентативными [48]. Они, скорее всего, окажутся наиболее ассоциативными у учащихся. Исходя из этого, можно сделать вывод, что наиболее типичные представители категории должны обладать немаркированными характеристиками, которые просты по форме, часто проявляются, легко воспроизводятся и содержат большой объем информации.

При изучении языковых категорий методы измерения типичности претерпели эволюцию. Первоначально когнитивные психологи, в частности Э. Рош, изучали невербальные категории, такие как цвет и форма, с помощью самоанализа [62]. С. Райс применил этот метод для изучения типичности предложных конструкций [60]. Отметим, что объективность самоанализа ставится под сомнение Р. Гиббсом, т.к. при использова-



Рис. 1. Стандарт измерения типичности по Дж. Гилкину и А. Макмайклу

нии этого метода можно получить результаты, отражающие преимущественно индивидуальные языковые представления учащихся [38].

Чтобы решить эту проблему, корпусные лингвисты начали использовать информацию о частотности слов для измерения типичности, как, например, сделано в исследованиях Н. Добрича [31], Д. Стаменковича и М. Тасича [67]. Информация о частотности символов классов и типов, предоставляемая корпусом, может отражать продуктивность и когнитивную ригидность категорий, тем самым влияя на уровень ее типичности. Й. Туммерс и его коллеги утверждали, что частотность является важным показателем для измерения типичности и тенденций использования языкового элемента [75], а Г. Шмид указывал, что частотность использования единицы в тексте отражает степень жесткости когнитивной системы [63].

Д. Дивьяк и А. Арпе [30], Дж. Гилкуин [40] и Д. Глинн [41] извлекли и проанализировали информацию о частотности слов из разных корпусов, но репрезентативность корпусов у них вызвала сомнения.

Д. Дженарпц утверждал, что типичность языковой единицы нельзя измерить исключительно частотой ее встречаемости [37]. Поэтому Дж. Гилкуин и А. Макмайкл для оценки типичности предложили критерий, основанный на сходящихся фактических данных и объединяющий информацию о частотности слов в корпусе с когнитивной информацией о языковой репрезентации этих языковых единиц у учащихся [39]. Преимущество этого метода заключается в том, что он обеспечивает сочетание информации о частотности слов на основе корпусного анализа и информации о когнитивной репрезентации языкового смысла. Конкретная операция включает в себя использование корпусов речи на родном языке, корпусов детской речи и корпусов речи учащихся, изучаю-

ших иностранный язык, для получения информации о частотности и структуре лексических единиц, а также для получения информации о языковом восприятии изучающих иностранный язык. Однако этот стандарт еще не использовался для анализа типичности результативных глагольных сочетаний в китайском языке.

Остановимся далее на отличительных чертах основных глаголов в типичных результативных глагольных сочетаниях: количестве слогов, переходности и когнитивной значимости.

1. Основные глаголы в результативных глагольных сочетаниях могут быть односloжными или двусложными: например, *плакать* в сочетании *мокрый плач* и *объяснить* в сочетании *ясное объяснение*. Однако типичные основные глаголы, как правило, односloжные. В китайской морфологии в качестве основной единицы словообразования используются слоги, а не морфемы, и один слог обычно эквивалентен одному иероглифу [50; 68]. Типичность односложных слов обусловлена не только простотой их формы, но и подтверждается «односложным мифом» Чжао Юаньжэня (см. подробнее: [1]), а также точкой зрения Сюй Тунцяна [14], основанной на описании характеристик таких глаголов, и словарными позициями в «Словаре Синьхуа».

2. Типичным основным глаголом в результативных глагольных сочетаниях должен быть переходный глагол действия – это вывод, поддержанный таким ученым, как Х. Гао [36]. Среди трех типов глаголов в китайском языке – глаголов состояния, глаголов действия и глаголов результата – большая часть являются глаголами действия. Глаголы действия в традиционной грамматике делятся на переходные и неперходные, большая их часть являются переходными [78] или склонны к переходности, поскольку переходность сама по себе является типичным понятием. В китайском языке выделяются и некоторые другие специфические типы глаголов: например, ситуативные глаголы (такие как *стоять* или *сидеть*), аффективные глаголы (такие как *смеяться* или *плакать*) и флексивные глаголы (такие как *изменять*) [45; 78].

Таким образом, типичные характеристики основных глаголов в составе результативных глагольных сочетаний имеют односложную форму и обладают свойствами переходных глаголов действия. Эти особенности не только отражают типичность глаголов в китайском языке, но и тесно связаны с семантической ролью глаголов и их синтаксической функцией. В практическом применении указанные черты помогают понять и проанализировать структуру и функции результативных глагольных сочетаний.

By Lin провела глубокое исследование типичности результативных глагольных соединений в своей монографии, которая является единственным фундаментальным трудом в этой области на сегодняшний день [13]. By Lin использовала корпусный подход для изучения типичности результативных глагольных сочетаний и составляющих их компонентов на основе когнитивных данных. В ходе исследования было рассмотрено 4729 результативных глагольных сочетаний из корпуса и методом деконструкции выявлено 1071 основных глаголов. На основе информации о частотности их употребления и тематической отнесенности они были разделены на 18 категорий. Результаты исследования показали, что наиболее типичные основные глаголы в результативных глагольных сочетаниях относятся к тематическим областям познания, силы и перемещения. Однако в исследовании By Lin не была учтена продуктивность глаголов. Кроме того, был использован только один корпус, что ограничило полноту и репрезентативность результатов исследования. Тем не менее работа By Lin дала ценную информацию о типичности результативных глагольных сочетаний и заложила основу для будущих исследований. Кроме того, исследование By Lin включает в себя углубленный анализ компонентов и структур результативных глагольных сочетаний, рассмотрение идей преподавания результативных глагольных сочетаний. Кроме того, ученым предлагается концепция уместности глагольных дополнений, которая разделена на пять уровней, анализирует взаимосвязь глагольных дополнений и проводит их

сравнение в китайском и английском языках. Это исследование не только расширяет научные представления о результативных сочетаниях китайских глаголов, но и обеспечивает теоретическую поддержку для преподавания языков и разработки языковых онлайн-приложений.

Прежде чем рассмотреть иерархию основных глаголов в результативных глагольных сочетаниях, основанную на типичности, необходимо уточнить, что такое типичный основной глагол. На основе изученной научной литературы мы предлагаем рабочее определение типичного основного глагола.

Типичные основные глаголы обычно обладают следующими характеристиками:

- **Переходность.** Типичным основным глаголом должен быть переходный глагол действия. В китайском языке глаголы действия составляют подавляющее большинство и, как правило, являются переходными. Переходность – типичное понятие, поскольку оно напрямую связано с совершением действий и получением результатов [44].

- **Односложность.** В китайском языке односложные глаголы более типичны, чем многосложные. Китайская морфология использует слоги в качестве основной единицы словообразования, а односложные глаголы более лаконичны по форме и более заметны для восприятия [50; 68].

- **Когнитивная значимость.** Глаголы, описывающие когнитивные области силы и перемещения в пространстве, наиболее типичны в результативных глагольных сочетаниях. Эти глаголы часто встречаются в корпусе языка, что отражает их универсальность и когнитивную значимость [31; 67].

В работе Ву Лин [13] дан системный анализ типичности результативных глагольных сочетаний, но в нем учтены данные только одного корпуса и не рассмотрена порождающая способность глаголов, что ограничивает полноту результатов исследования. Чтобы определить иерархию глаголов в результативных глагольных сочетаниях, основанную на их типичности, и получить более полные и точные данные, необходимо использовать методы множественного корпусного и когнитивного анализа.

Принимая во внимание вышесказанное, делаем вывод, что иерархия глаголов, основанная на их типичности в результативных глагольных сочетаниях, может быть следующей:

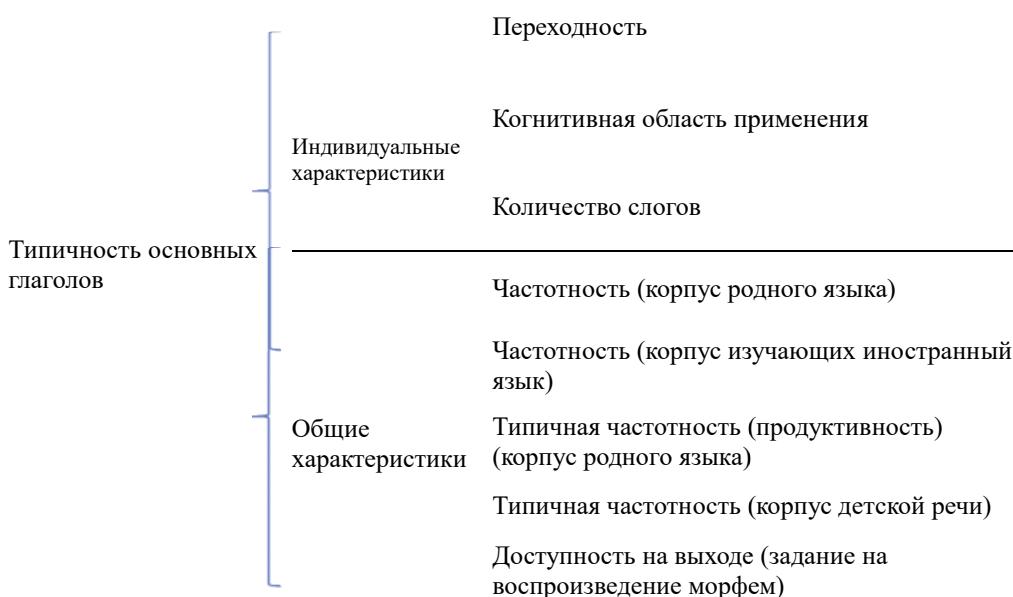


Рис. 2. Вариативные характеристики типичных основных глаголов.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ
И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА

1	纹	哎咳~我的干女儿'莫tata'是不是很可爱呢!!!把伤心 打碎 就是这个男人培养了孙燕姿!!哎呀~没一个真的谁得吃次早饭!	
2	纹	!太重口味了!这个口味真心有点重,这人菊花是有多松?酒瓶都没 夹碎 哥哥,我想看电影了!周日早上,又是元旦,公交车真给力!天天如	
3	纹	和弟弟saybye来拆你还要怪我媽的叫不到车是我的错吗许愿灯 擦擦碎 好姐妹生气回家都他妈的别叫我出去火了柴油出发去常州做娘娘	
4	纹	频繁出事儿啊?领导力与执行力区别.升迁有点回了,但又不怎么 想碎 十二星座谁到排行...冠军(射手座)哈哈哈!是烂牛的	
5	纹	晚安了,掉粉了.听他却唱歌一整晚.隔壁这何止通宵快 去碎 呀隔壁.通宵刚回来.累挂了.超想睡觉。OTZ.喝了谁白金心	
6	纹	。。。弄的我不想上学了最讨厌不听话的小孩子恨不得把他们的头 扭碎 来和我一起坐吧林林"滚,滚!真恶心啊。。。我擦吃的我要吐	
7	纹	幸福"好爱你们"喝多的人.....伤不起!我tm的 打碎 5个杯子又怎样.我.....tm能管起.爱生活.....LOVEPOP	
8	纹	就这么散落一地油门刹车声一直回荡在我耳旁你是否心如 花碎 对不起最真心的朋友逃跑的我不知回家的路亲我的电脑太落寞	
9	纹	米花盛宴,现在赶紧抢着去吧!1.芝麻核桃汤:黑芝麻、核桃仁(研碎)各适量,炒熟后共拌蜂蜜,温开水冲调,每日适量服用;2.蜂蜜决	
10	纹	edames)是埃及的一道传统早餐,由小火煮蚕豆(部分或全部 煮碎)配以橄榄油、香芹段、洋葱、大蒜和柠檬汁制成,通常与面包一起食	
11	纹	时候稍稍点上一两滴食用油)、土豆和少量新鲜的番茄果肉(最好也 研碎),搅拌均匀后喂宝贝!婴幼儿属于免疫力较弱的群体吗,尤其是4-	

Рис. 3. Все возможные результативные глагольные сочетания и контекстная информация о них.

共 1426 个结果			
打碎	3631	成碎	1667
捏碎	882	捣碎	875
摔碎	825	震碎	818
要碎	768	去碎	695
敲碎	680	粉碎	510
剪碎	499	是碎	444
揉碎	417	撞碎	352
觉碎	327	踩碎	279
研碎	267	会碎	258
有碎	254	想碎	239
炸碎	205	弄碎	202

Рис. 4. Информация о частности и типе результативных глагольных сочетаний.

- Высокая типичность: односложные, переходные глаголы, описывающие власть или перемещение в пространстве.
- Средняя типичность: глаголы с несколькими слогами, переходные, не описывающие силу или перемещение в пространстве.
- Низкая типичность: непереходные глаголы, более одного слога.

Рисунок 2 отражает типичность глаголов по форме, функции и когнитивной области, обеспечивая оперативную основу для изучения результативных глагольных сочетаний.

Остановимся далее на методологии исследования.

Исследуя иерархию основных глаголов в результативных глагольных сочетаниях, основанную на их типичности, выделим три уровня: наиболее типичные, субтипичные и атипичные. Как было рассмотрено выше, наиболее типичный основной глагол должен обладать наибольшим количеством аналитических вариативных признаков; глаголы, обладающие наименьшим количеством вариативных признаков, являются нетипичными (или атипичными), а члены, обладающие умеренным количеством таких признаков, являются субтипичными основными глаголами. Используемые в анализе переменные включают индивидуальные характеристики и общие характеристики (как показано на рис. 2.). Индивидуальные характеристики включают в себя количество слогов, переходность и когнитивную область применения, в то время как общие характеристики включают в себя частоту встречаемости данного глагола в корпусе родного языка, частоту встречаемости в речевом корпусе изучающих иностранный язык и частоту встречаемости в детском речевом корпусе, а также доступность воспроизведения языковой единицы для изучающих иностранный язык (наиболее типичные глаголы являются легко воспринимаемыми для учащихся).

Основные глаголы для этого исследования выбраны из «Словаря употребления китайских глаголов» [8], и, согласно определению Дэн Сянцзюня [29], глаголы в составе результативных глагольных сочетаний, которые содержат после себя дополнения в виде результата или указания направления, включены в исследовательскую категорию результативных слов, независимо от того, являются ли они односложными или двусложными. В пределах этого диапазона нами было отобрано в общей сложности 662 глагола, которые могут образовывать результативные глагольные сочетания, в том числе 460 односложных глаголов, что составляет 69,5%, и 202 двусложных глагола, что составляет 30,5% от общего числа всех отобранных нами глаголов.

Односложные глаголы считаются наиболее типичными ключевыми глаголами. Таким образом, эти 460 односложных глаголов были отобраны и перейдут к последующему этапу углубленного обсуждения и анализа. Этот критерий отбора основан не только на лаконичности формы односложных глаголов, но и на их высокой частотности и когнитивной значимости в китайском языке, которые являются важными показателями типичности глагола. В данном исследовании будет проведен более детальный анализ этих односложных глаголов, чтобы выявить их типичную иерархию и функцию в результативных глагольных сочетаниях.

Для проведения когнитивного анализа целевых ключевых глаголов на основе нескольких корпусов используются три различных типа корпусов в соответствии с критериями измерения типичности, предложенными Дж. Гилкуином и А. Макмайклом [39]. Корпус ВСС используется для сбора информации у изучающих современный и древний родной языки, корпус HSK применяется для сбора информации у изучающих китайский как второй или иностранный язык, а корпус детской речи используется для сбора информации о типичности конструкций китайского языка у детей – носителей языка. В то же время задача воспроизведения морфем предназначена для определения иерархии типичности ключевых глаголов на основе их доступности. Рассмотрим эти источники данных и инструменты измерения один за другим.

BCC corpus – это большой комплексный корпус китайского языка, который может всесторонне отражать языковую жизнь современного общества. Он был разработан Пекинским университетом языка и культуры и содержит около 15 миллиардов китайских иероглифов, охватывающих различные литературные жанры. Онлайн-версия доступна для исследователей бесплатно. Корпус предоставляет различные инструменты для

определения частоты встречаемости класса и типа поисковых запросов. Например, введя *v + фрагмент* в поисковые системы, можно извлечь все глагольные словосочетания с результативным дополнением и их частотные характеристики. Как показано на рис. 3, все возможные контексты, в которых встречаются *v + фрагменты*, могут помочь исследователям определить, является ли то или иное сочетание результативным глагольным сочетанием. Статистический модуль в левом верхнем углу рис. 3 может подсчитать количество всех возможных результативных глагольных сочетаний, и, щелкнув по нему, можно получить результат, представленный на рис. 4.

В верхнем левом углу рис. 4 показано, что было извлечено в общей сложности 1426 *v + фрагментов*, а частота появления каждого возможного результативного глагольного сочетания показана ниже. Исследователи могут использовать контекстуальную информацию, представленную на рис. 3, чтобы определить, какого рода связь имеют основные глаголы и дополнения в этих сочетаниях, чтобы определить, действительно ли они являются результативными глагольными сочетаниями.

Корпус HSK, известный как пул тестов на знание китайского языка для учащихся средних и старших классов, изучающих китайский как иностранный, также составлен Пекинским университетом языка и культуры. В последней версии корпуса HSK собрано 11 569 экзаменационных эссе, написанных людьми, углубленно изучавшими китайский язык в период с 1992 по 2005 гг., общим объемом 4,24 миллиона слов [73]. Причиной выбора корпуса HSK в качестве репрезентативного учебного корпуса является то, что, по словам Цанга и Йенга [Там же, с. 21], это наиболее полный, важный и общедоступный корпус.

Теперь охарактеризуем задание на воспроизведение морфем. Структура задания на воспроизведение морфем состоит в том, чтобы выделить иерархию типичности основных глаголов на основе когнитивного восприятия языка учащимися. Согласно С. Райсу [60] и Дж. Гилкуину и А. Макмайклу [39], задача на воспроизведение языковых единиц – это широко используемый инструмент для извлечения информации о типичности на основе доступности, где основной глагол в первом результативном глагольном сочетании, созданном субъектом, является наиболее типичным основным глаголом, а остальные – субтиpicными основными глаголами. В частности, из всех уровней типичности результативных дополнений, представленных Ву Лин [13], были случайным образом выбраны 17 различных уровней типичности дополнений результата в качестве морфем-подсказок, и участникам эксперимента было предложено использовать эти морфемы-подсказки (например, слово-подсказку *вверх*) для создания как можно большего количества глагольных сочетаний. Участники смогли создать несколько глагольных сочетаний с такими глаголами, как *поднимать, подтягивать, пить, возвышать* и т.д.

Чтобы собрать информацию о типичных основных глаголах, основываясь на языковой интуиции, авторы распространили анкеты среди добровольцев в средней школе Камии в Инчхоне (Южная Корея), университете Дмитрия Кантемира в Тыргу-Муреш (Румыния), Институте Конфуция при Университете Антананариву в Антананариву (Мадагаскар), и в Цзинганшанском университете (Китай), где учащиеся изучали китайский как второй или иностранный язык. Всего было получено 30 анкет. Родными языками добровольцев были русский, корейский, тайский, вьетнамский, немецкий, французский, малагасийский и другие языки. Уровень владения китайским языком у добровольцев разный: самый короткий период изучения языка – 1 год, а самый продолжительный – 8 лет, при этом среднее время обучения составляет 3,8 года.

Согласно вышесказанному, наиболее типичный основной глагол должен обладать следующими характеристиками: высокая частотность, односложность, переходность, обозначение физического действия, доступность и т.д. Следовательно, иерархия типичности основных глаголов должна соотноситься с иерархией типичности, основанной на корпусном анализе, и иерархией типичности, основанной на способности к воспроиз-

водству учащимися. Основываясь на определении типичности, предложенном Дж. Гилкуином и А. Макмайллом [39], можно сделать вывод, что частота употребления глаголов в корпусе ВСС, частота примеров в корпусе HSK и частота употребления глаголов в корпусе детской речи объединяются и анализируются для создания иерархии типичности на основе корпуса. Затем иерархия, основанная на корпусе, и иерархия, основанная на семантике языковых единиц, также объединяются и анализируются. Далее они соотносятся с признаками типичности для получения общего представления об иерархии типичности. Иерархия типичности, основанная на понимании языка, оценивается на основе доступности результатов, полученных испытуемыми в задании на воспроизведение морфем.

Авторы отобрали многодоменные модули из корпуса ВСС и извлекли один за другим 460 односложных ключевых глаголов из поисковой системы, чтобы получить информацию о частотности. Средняя частотность использования всех односложных глаголов составляет 346806,9913, следовательно, основные глаголы, которые превышают среднюю частотность, являются кандидатами в высокочастотные основные глаголы, – всего было выделено 111 таких глаголов. Подавляющее большинство из них являются переходными, за исключением нескольких постуральных глаголов, таких как *смеяться* и *умирать*. В первую десятку глаголов по частоте употребления входят: *возглавлять*, *требовать*, *заставлять*, *приземляться*, *идти*, *смотреть*, *опускаться*, *проходить*, *проехать* и т.д. Некоторые из этих глаголов могут служить как основными глаголами, так и результативными дополнениями, например, в сочетании 赚发 ‘получать прибыль’ иероглиф 发 ‘прибыль’ является дополнением, а в сочетании 发错 ‘совершить ошибку’ иероглиф 发 ‘делать’ является основным глаголом.

Среди 460 рассмотренных нами целевых глаголов есть 16 глаголов, которых нет в корпусе HSK, а именно *ползать*, *заворачивать*, *вырывать*, *лизать*, *обвивать*, *пилють*, *катать*, *ломать*, *мять*, *вырывать*, *рубить*, *полоскать*, *душить*, *варить*, *отдавать* и *перелопачивать*. У этих глаголов имеются сложные ударения и относительно низкая частота употребления, и иностранцы, изучающие китайский язык, придерживаются стратегии избегания при их использовании. Средняя частота использования остальных глаголов составляет 480,036. Существует 69 глаголов с частотностью, превышающей среднюю. В десятку самых частотных глаголов входят глаголы *сталкиваться*, *подводить итоги*, *требовать*, *говорить*, *хотеть*, *идти*, *отдавать*, *делать*, *возвращаться*, *подниматься*.

Изучающие язык на продвинутом уровне способны производить большое количество китайских иероглифов, сложных в написании, таких, например, как *кормить*, *тыкать*, *наказывать*, *платить* и т.д. Этот результат удивителен, и причина может быть связана с уровнем их способностей и довольно сложными темами эссе на экзамене HSK.

Продуктивность основных глаголов зависит от количества сложных глаголов, которые могут быть образованы с их помощью. Например, в корпусе ВСС было найдено в общей сложности 27 результативных глагольных сочетаний с глаголом 破 ‘ломать’, таких как 破折 ‘напасть’, 破碎 ‘разбить вдребезги’, 破坏 ‘сломать’ и т.д. Таким образом, продуктивность или частотность этого глагола равна 27. Средняя частотность всех 460 исследованных глаголов составляет 43,11, что означает, что каждый основной глагол может образовывать в среднем 43 производных глагольных сочетания. Первая десятка глаголов по частотности такова: *играть*, *меняться*, *бить*, *забавляться*, *смотреть*, *говорить*, *поворачивать*, *писать*, *смеяться*, *нажимать*.

Исследуя эти высокочастотные основные глаголы, нетрудно обнаружить, что они обладают следующими характеристиками: 1) односложность (*играть*, *меняться*, *делать* и т.д.); 2) обозначение физического действия (переходные глаголы *бить*, *смотреть*, *говорить*, *копать*, *похлопывать*, *петь* и непереходные глаголы *плакать*, *шокировать*, *терять*, *голодать*). В связи с тем, что наиболее типичными основными глаго-

лами должны быть переходные глаголы, эти непереходные глаголы будут исключены из списка наиболее типичных основных глаголов.

В соответствии с результатами предыдущих научных трудов, текущие исследования в контексте изучения китайского языка как иностранного или второго продемонстрировали типичность односложных глаголов. Тао Хунъинь и Ху Цзюньфэй [10] провели корпусный анализ иероглифа *играть* и обнаружили, что наиболее часто используемой его комбинацией являются сложные слова с глагольной структурой. Дж. Миллер и К. Феллбаум утверждали, что «легкие» глаголы типичны, потому что они усваиваются первыми при овладении языком и находятся в центре внимания [58]. Таким образом, Н. Эллис и Ф. Феррейра Джуниор пришли к выводу, что глаголы, которые изучающие иностранный или второй язык усваивают в первую очередь, должны быть функционально типичными и универсальными [34].

Основные высокочастотные глаголы (*быть, брать, играть, делать, есть, отпускать, закрывать, пить, убивать, падать, писать, класть*) в корпусе детской речи были взяты из проведенных ранее исследований по овладению языком детьми и проанализированы с помощью статистических онлайн-инструментов по проверке правописания слов.

В соответствии с высокопродуктивными ключевыми глаголами, содержащимися в корпусе ВСС, «легкие» глаголы, такие как *играть, делать*, также встречаются в типичной речи детей, поскольку они являются базовыми примитивными событийными глаголами. Это согласуется с результатами предыдущих исследований [32], которые показали, что раннее развитие глаголов – это динамичный процесс, суть которого состоит в переходе от общих глаголов к конкретным глаголам, выражающим определенное поведение.

Кроме «легких» глаголов, в детской речи присутствует большое количество глаголов действия (*брать, сидеть, есть, быть,ходить и т.д.*) Эти глаголы тесно связаны с событиями детской жизни. Это открытие показывает тесную связь между типичностью и эмпирической природой человеческого познания. Кроме того, этот вывод согласуется с аналогичными наблюдениями предыдущих исследователей [36; 71]. Например, Х. Гао [36] и М. Ричардс [61] обнаружили, что различные глаголы действия являются важными типичными компонентами в раннем детском дискурсе.

Типичность основных глаголов, основанная на языковом воспроизведении, может быть разделена на два уровня: наиболее типичные глаголы и субтипичные. Глаголы, используемые в первую очередь в заданиях на воспроизведение морфем, являются наиболее типичными (*смотреть, печатать, писать, садиться, входить, подниматься, играть, говорить, брать, думать*). Глаголы же, появляющиеся позже в таких заданиях, являются менее типичными (*говорить, смотреть, слушать, сидеть, брать,ходить, писать, есть, быть, читать, пить*). Нетрудно заметить, что совпадение между наиболее типичными и нетипичными словами, такими как *взять, посмотреть, обыграть*, отражает относительность иерархии типичности и необходимость триангуляционных доказательств. Конечно, установить четкую границу между типичными и нетипичными глаголами непросто. Повторяющееся употребление наиболее типичного ключевого глагола *играть* еще раз подтверждает утверждение Н. Эллиса и Ф. Феррейры Джуниора о том, что первое или наиболее доступное в языковом отношении значение является наиболее типичным и широко функциональным [34].

Когда все четыре типа данных, относящихся к исследуемому глаголу, включая частотность примеров и типологическую частотность из корпуса ВСС, частотность примеров из корпуса HSK и информацию о типологической частотности типов из корпуса детской речи, объединяются, создается иерархия типичных основных глаголов на основе корпуса. Наиболее типичные основные глаголы, выявленные на основе корпусного анализа, охватывающего четыре типа приведенной выше информации одновременно,

таковы: *брать, спать, учиться, хватать, сидеть*. Наиболее нетипичные основные глаголы, как правило, определяются по одному из приведенных выше параметров, например, *тереть, строить, тыкать, становиться на колени, запутывать, черпать, продавать, рубить, скреплять, застегивать*. Субтипичные основные глаголы – это основные глаголы, которые находятся между наиболее типичными и наименее типичными, например, *играть, меняться, ударить, сделать, посмотреть, сказать, повернуться, рассмеяться, подавить, спеть*. Они могут быть и «легкими» для усвоения глаголами, например, *играть, меняться, делать* и т.д.

Наиболее типичные глаголы, выявленные на основе анализа корпусов, и глаголы, обнаруженные на основе анализа семантики, имеют «пересечения», например, глаголы *брать* и *сидеть*, что показывает корреляцию между доступностью, частотностью и типичностью. Как отмечает И. Макги [56], цитируя А. Тверски и Д. Канемана [76], доступность означает, что чем выше частота, тем доступнее информация, а на доступность влияют факторы, связанные с типичностью, такие как семантическая значимость.

Как показано на рис. 2, иерархия типичности основных глаголов, основанная на общих стандартах и доказываемая при помощи метода триангуляции, должна сочетаться с типичностью, основанной на корпусном анализе, когнитивной типичностью, основанной на семантике языковых единиц, и такими факторами, как переходность глаголов и особенности их строения. В частности, наиболее типичным основным глаголом должен быть односложный переходный глагол, который появляется одновременно как в списках, основанных на корпусе, так и в списках, основанных на семантике языковых единиц. Было обнаружено, что глаголы *брать* и *учиться* являются наиболее типичными основными глаголами в результативных глагольных сочетаниях. Было найдено в общей сложности 39 нетипичных основных глаголов, включая глаголы *играть, менять, бить,ходить, читать,резать,бегать, терять,ходить, мастерить, сидеть* и т.д. Наиболее нетипичных основных глаголов много (*поворачиваться, нажимать, петь, дуть, наступать, изнашивать, сталкивать, стирать, толкать, пережимать*).

Наше исследование подтверждает научную обоснованность и надежность выводов Ву Лин [13]. Во-первых, в отличие от одноязычного корпуса, использованного в работе Ву Лин, в представленном исследовании используется несколько типов корпусов, чтобы результаты были более эффективными; во-вторых, в корпусе ВВС первоначально было обнаружено 460 основных глаголов, а позже – в общей сложности 19833 сложных глагола, что в четыре раза больше, чем выявлено в работе Ву Лин. Это делает установление типичных основных глаголов, извлеченных из них, более надежным. В-третьих, в этом исследовании рассматриваются недостатки, обнаруженные в результатах работы, проведенной Ву Лин. Обнаружение ядерных типичных глаголов в сложных глаголах Ву Лин не позволило получить информацию о частотности их употребления. Однако наше исследование показало, что основными глаголами, которые обладают высокой степенью продуктивности, являются «легкие» глаголы, такие как *играть, делать*, и глаголы, обозначающие телесные действия, которые тесно связаны с событиями повседневной жизни, такие как *говорить, есть, пить, смотреть* и т.д.

Также существует совпадение и несогласованность между списками высокочастотных основных глаголов, полученных на основе различных параметров, и иерархия основных глаголов, основанная на типичности, создается путем изучения различной степени пересечения этих глаголов. Наше исследование представляет дополнительные доказательства, подтверждающие результаты научных работ других ученых, посвященных типичности глаголов. Х. Гао [36] и Ву Лин [13] обнаружили, что наиболее типичными ключевыми глаголами должны быть глаголы действия, семантически относящиеся к телу, особенно к рукам, и наиболее типичные глаголы *брать* и *учиться*, как мы установили, подтверждают эту точку зрения. Однако существует также явление несо-

впадения основных глаголов в высокочастотных списках по различным критериям, например, несовпадение между основными глаголами, обычно используемыми взрослыми, изучающими родной язык, и основными глаголами, обычно употребляемыми детьми, изучающими родной язык, в корпусе ВСС; но при этом совпадают такие глаголы, как *брать, сидеть, есть, быть,ходить*, что также было подтверждено работой нашего предшественника [71] в области детского языка и исследованием Х. Гао языка взрослых [36]. Эти ученые показали, что наиболее часто встречающиеся односложные глаголы действия также включают вышеупомянутые глаголы. Хотя и корпус ВСС, и корпус HSK базируются на продвинутой речи взрослых, несовпадение высокочастотных глаголов между ними может быть вызвано различными межъязыковыми влияниями.

Подведем итоги.

В данной статье используется стандарт доказательства типичности Дж. Гилкуина и А. Макмайлса [39] для анализа и обобщения данных по 460 односложным основным глаголам из «Словаря употребления китайских глаголов». Были выявлены два наиболее типичных основных глагола, 39 субтипов основных глаголов и большое количество относительно нетипичных основных глаголов, что доказывает существование иерархии, основанной на типичности. Эти данные включают в себя как примеры из разных корпусов, такие как частота встречаемости слов в разных типах корпусов, так и когнитивные данные, основанные на результатах изучения китайского как второго или иностранного языка. Однако нельзя сказать, что мы установили исчерпывающую, полную иерархию типичности основных глаголов. Однако, по сравнению с предыдущими исследованиями [13; 67], анализ типичности, проведенный Дж. Гилкуином и А. Макмайллом с точки зрения сближения стандартов доказательности, приблизил нас на один шаг к этой цели.

Теоретическая значимость результатов данного исследования заключается в его способности дать более глубокое понимание концепции типичности вообще и типичности основных глаголов в результативных глагольных сочетаниях в частности. С. Грайс и А. Стефанович описали центральное понятие когнитивной лингвистики – взаимосвязь между прототипом и корпусной частотностью, а также исследовали недооцененный теоретический вопрос о том, как определить степень прототипности языковых элементов. Они также указали на то, что прототипность – это непростая концепция и, следовательно, требует более глубокого изучения, в идеале – множества взаимосвязанных доказательств [42].

Выявленная в этом исследовании базовая иерархия глаголов, основанная на типичности, обеспечивает информационную поддержку для усвоения учащимися результативных глагольных сочетаний при изучении лексики в школе. Материалы исследования могут быть использованы для разработки словаря для изучающих китайский как иностранный или второй язык. Х. Лян предположила, что в будущих исследованиях необходимо больше доказательств для внедрения концепции типичности в преподавание иностранных языков [52]. Из-за отсутствия доказательств, основанных на множественных корпусах, иерархия типичности глаголов, полученная на основании данных источников, является репрезентативной для соответствующих исследований в рамках парадигмы типичности, но это не окончательные данные.

Однако в предыдущих научных работах также были некоторые недостатки, на которые стоит обратить внимание в будущих исследованиях. Поскольку типичность – это многомерное и сложное понятие, при определении категории типичности, как было предложено Дж. Гилкуином и А. Макмайллом [39], необходимо сначала определить, какие переменные необходимо включить в категорию типичности, а также их коэффициенты значимости. Кроме того, в перспективе необходимо дать ответы на такие вопросы, как, например, могут ли уровни типичности, выявленные в этой статье, быть подтверждены данными из других источников, будет ли дополнение к результатам, полу-

ченным с помощью комплексного стандарта типичности Дж. Гилкуина и А. Макмайлса, соответствовать выводам Ву Лин, как соотносятся типичные результативные глагольные сочетания и схемы предложений, а также, повлияет ли семантика на распределение результативных глагольных сочетаний по уровням типичности [27; 52].

Список литературы

1. 冯胜利. 2019. 赵元任的单音节神话和徐通锵的字本位[J]. 华文教学与研究, (4): 1–10.
2. 国家汉办暨教育部社科司. 2010. 汉语国际教育用音节汉字词汇等级划分（国家标准·应用解读本）[M]. 北京：北京语言大学出版社
3. 姜丽萍. 2014. HSK标准教程(1–6) [M]. 北京：北京语言大学出版社
4. 金立鑫. 2022. 汉语动词的典型性等级[J]. 语言教学与研究, 214(2): 41–52
5. 李宇明. 2004. 儿童语言的发展[M]. 武汉：华中师范大学出版社
6. 梁银峰. 2006. 汉语动补结构的产生与演变[M]. 上海：学林出版社
7. 刘宇. 2018. 吉尔吉斯斯坦学生汉语动结式学习情况调查与研究[D]. 新疆师范大学硕士论文
8. 孟琮、郑怀德、孟庆海和蔡文兰. 1999. 汉语动词用法词典[M]. 北京：商务印书馆
9. 宋文辉. 2004. 动结式在几个句法结构中的分布[J]. 语文研究, 92 (3):13–19.
10. 陶宏印, 胡骏飞. 2019. 基于语料库的“弄”字句的结构、语义和语用考察[J]. 国际汉语语言学杂志, 6 (1):162–176.
11. 田晓丹. 2016. 1–3岁汉族儿童语法习得[D]. 东北师范大学硕士论文。
12. 王红旗. 2001. 动词述补结构在把字句和重动句中的分布[J]. 语文研究, 78 (1): 6–11.
13. 吴琳. 2018. 动补式复合词的词法理论与应用研究[M]. 上海：上海交通大学出版社
14. 徐通锵. 2005. 字本位”和语言研究[J]. 语言教学与研究. (06): 5–15.
15. 张丹媚. 2006. 2–5岁汉族儿童述补结构结构[D]. 东北师范大学硕士论文
16. 张云秋. 2014. 汉语儿童早期语言的发展[M]. 北京：商务印书馆
17. 张辉. 2018. 主持人按语[J]. 山东外语教学. 3 (2) : 10.
18. 张辉、杨艳琴. 2018. 认知语言学的“三个轴线”与“三个层面” — 第 14 届国际认知语言学大会侧记[J]. 山东外语教学 39 (2) : 10–23.
19. 张辉. 2024. 主持人按语[J]. 外语导刊. 2024 (6) : 1.
20. 张钊. 2008. 汉语儿童述补结构的习得研究[D]. 首都师范大学硕士论文
21. 周国光、王葆华. 2001. 儿童句法发展研究和语言习得理论[M]. 北京：北京语言文化大学出版社
22. 周晓宇. 2013. 动补式复合词对外汉语教学研究[D]. 渤海大学硕士论文.
23. Basciano B. Vendlerian Verb Classes in Chinese // Rint Sybesma, Wolfgang Behr, Yueguo Gu, Zev Handel and C.-T. James Huang. Encyclopedia of Chinese Language and Linguistics (C). Leiden: Brill. 2015.
24. Boas H.C. A Constructional Approach to Resultative. CSLI Publications, 2003.
25. Bybee J. Usage-based Grammar And Second Language Acquisition // P. Robinson & N. Ellis (eds.). Handbook of Cognitive Linguistics and Second Language Acquisition. New York: Routledge, 2008.
26. Chao Y.R. A Grammar of Spoken Chinese. Oakland: University of California Press, 1968.
27. Chen J.D., Wang X.C. A Longitudinal Study of the Acquisition of the Polysemous Verb 打 da3 in Mandarin Chinese // Languages. 2020. 5 (23). P. 1–17.
28. Crossley S.A., Thomas Salsbury, Kristopher Kyle. A Usage-Based Investigation of L2 Lexical Acquisition: The Role of Input and Output // The Modern Language Journal. 2016. 100 (3). P. 702–715.
29. Deng X. The Acquisition of Resultative Verb Compounds in Mandarin Chinese // Journal of Chinese Linguistics. 2019. 47 (1). P. 42–81.
30. Divjak D., Arppe A. Extracting Prototypes from Exemplars What Can Corpus Data Tell Us About Concept Representation? // Cognitive Linguistics, 2013, 24 (2). P. 221–274.
31. Dobrić Nikola. Three-factor Prototypicality Evaluation and The Verb ‘Look’ // Language Sciences, 2015. (50). P. 1–11.
32. Duvignau K., Fossard M., Gaume B., Pimenta M.-A. From Early Lexical Acquisition to the Disacquisition of Verbal Lexicon: Verbal Metaphor as Semantic Approximation. Proceedings of the II Conference on Metaphor in Language and Thought, Universidade Federal Fluminense, 2005, 17–20 August 2005.
33. Ellis N. C. Frequency Effect in Language Processing // Review with Implications for Theories of Implicit and Explicit Language Acquisition. SSLA. 2002. (24). P. 143–188.

34. Ellis N., Ferreira-Junior F. Construction Learning as a Function of Frequency, Frequency Distribution, and Function // *The Modern Language Journal*. 2009. 93 (3). P. 370–385
35. Ellis N.C. What Can We Count in Language, and What Counts in Language Acquisition, Cognition, and Use? // S.Th. Gries, D.S. Divjak (Eds.). *Frequency Effects in Language Learning and Processing* (Vol. 1). Berlin: Mouton de Gruyter, 2012.
36. Gao H. *The Physical Foundation of The Patterning of Physical Action Verbs*. Lund: Lund University Press, 2001.
37. Geeraerts D. *Cognitive Linguistics: Basic Readings*. Berlin: Mouton de Gruyter, 2006.
38. Gibbs R.W. Introspection and Cognitive Linguistics: Should We Trust Our own intuitions? // *Annual Review of Cognitive Linguistics*, 2006. 4 (1). P. 135–151.
39. Gilquin G., McMichael. A. Through the Prototypes of Through: a Corpus-based Cognitive Analysis // *GCLA*. 2018. (6). P. 43–70.
40. Gilquin G. The place of prototypicality in corpus linguistics: Causation in the hot seat [A] // Stefan Th. Gries and Anatol Stefanowitsch(eds.), *Corpora in Cognitive Linguistics: Corpus-based Approaches to Syntax and Lexis*. Berlin: Mouton de Gruyter, 2006.
41. Glynn D. Quantifying Polysemy: Corpus Methodology for Prototype Theory // *Folia Linguistica*, 2016. 50 (2). P 413–447.
42. Gries Stefan Th., Anatol Stefanowitsch. *Corpora in Cognitive Linguistics*. Mouton de Gruyter, 2006.
43. Corpus-based Approaches to Syntax and Lexis. Berlin: Mouton de Gruyter. 2006.
44. Hopper P., Thompson. S. Transitivity in Grammar and Discourse // *Language*. 1980. 56 (2). P. 251–299.
45. Huang James C.-T., Li Audrey Y.H., Li Y.F. *The Syntax of Chinese*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
46. James M., Thomaï Alexiou. Vocabulary Input, Vocabulary Uptake and Approaches to Language Teaching // *Language learning Journal*. 2012. 40 (1). P. 1–15.
47. Lakoff G. *Women, Fire and Dangerous Things — What Categories Reveal About the Mind*. Chicago: University of Chicago Press, 1987.
48. Langacker R.W. *Foundations of Cognitive Grammar*. Vol. 1. Theoretical Prerequisites. Beijing: Peking University Press, 1987.
49. Langendonck W.V. Ergativity, Markedness and Prototype // *Belgian Journal of Linguistics*. 1989. (4). P. 173–183.
50. Li C.N., Thompson S.A. *Mandarin Chinese: A Functional Reference Grammar*. Berkeley, CA: University of California Press, 1981.
51. Li Y.F. On V-V Compounds in Chinese // *Natural Language and Linguistic Theory*. 1990. (8). P. 177–207.
52. Liang H.Y. Factors Accounting for Acquisition of Polysemous Shàng ‘to go up’-phrases In Chinese as a Second Language. *CASLAR*. 2014. 3 (2). P. 201–225.
53. Littlemore J., Fiona M. Figurative Extensions of Word Meaning: How Do Corpus Data and Intuition Match Up? // Dagmar Divjak, Stefan Th. Gries. *Frequency Effects in Language Representation*. Berlin: De Gruyter Mouton, 2012.
54. Malamatidou, Sofia. *Corpus Triangulation Combining Data and Methods*. 2017.
55. In *Corpus-Based Translation Studies*. New York/London: Routledge. 2018.
56. McGee I. Adjective-noun Collocations in Elicited and Corpus Data: Similarities, Differences, and the Whys and Wherefores // *Corpus Linguistics and Linguistic Theory*. 2009. 5 (1). P. 79–103.
57. Mervis C.B., Pani J.R. Acquisition of Basic Object Categories // *Cognitive Psychology*. 1980. 12 (4). P. 496–522.
58. Miller G.A., Fellbaum C. Semantic Networks of English // *Cognition*. 1991. 41 (1–3). P. 197–229.
59. Nation I S.P. Research into Practice: Vocabulary // *Language Teaching*, 2011. 44. P. 529–539.
60. Rice S. Prepositional prototypes // Martin Pütz, René Dirven (eds.), *The Construal of Space in Language and Thought* [C]. Berlin & New York: Mouton de Gruyter, 1996.
61. Richards M. M. Sorting Out What’s in A Word From what’s not: Evaluating Clark’s semantic features acquisition theory // *Journal of Experimental Child Psychology*. 1979. (27). P. 1–47.
62. Rosch E.C., Simpson and R. Scott Miller. Structural Bases of Typicality Effects // *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*. 1976. 2 (4). P. 491–502.

63. Schmid Hans-Jörg. Does Frequency in Text Instantiate Entrenchment in the Cognitive system? // Dylan Glynn and Kerstin Fischer, Quantitative methods in cognitive semantics: Corpus-driven Approaches [C]. Berlin: Mouton de Gruyter, 2000.
64. Schmitt N., Schmitt D. A Reassessment of Frequency and Vocabulary Size in L2 Vocabulary Teaching // Language Teaching. 2012. (47). P. 484–503.
65. Shen H.B., Yan W., Wenyu L. Familiarity in Chinese and English Idiom Comprehension: An Event Related Potential Study from Chinese English Learners // Chinese Journal of Applied Linguistics. 2017. 40 (1). P. 74–92.
66. Shiao W.T. Resultative Verb Compounds in Mandarin // William-Y. Wang and Chaofen Sun. The Oxford Handbooks of Chinese Linguistics [C]. Oxford: Oxford University Press, 2015.
67. Stamenković Dušan, Miloš Tasić. English Verbs of Motion and Prototype Theory // British and American Studies. 2013. (19). P. 218–228.
68. Sun C.F. Chinese: A Linguistic Introduction. Cambridge: Cambridge University Press, 2006.
69. Tai James H.-Y. Verbs and Times in Chinese: Vendler's Four Categories // David Testen, Veena Mishra and Joseph Drogo, (eds.), Papers from the Parasession on Lexical Semantics. Chicago: Chicago Linguistic Society, 1984.
70. Tang S.H. Prototype and English Vocabulary Teaching and Learning // Journal of Literature and Art Studies. 2020. 4 (10). P. 333–338.
71. Tardif T. Nouns Are Not Always Learned Before Verbs: Evidence from Mandarin Speakers' Early Vocabularies // Developmental Psychology. 1996. 32 (3). P. 492–504.
72. Theakston A. L., Lieven E.V.M., Pine J.M., Rowland C.F. Semantic Generality, Input Frequency and the Acquisition of Syntax // Journal of Child Language, 2004. (31). P. 61–99.
73. Tsang W., Yeung Y. The Development of the Mandarin Interlanguage Corpus (MIC) —A Preliminary Report on A Small-scale Learner Database // JALT Journal. 2012. 34 (2). P. 187–208.
74. Tsouhatzidis S.L. Meanings and Prototypes: Studies // Linguistic Categorization. London: Routledge, 2014.
75. Tummers J., Kris H., Dirk G. Usage-based Approaches in Cognitive Linguistics: A Technical State of the Art // Corpus Linguistics and Linguistic Theory, 2005. 1 (2). P. 225–261.
76. Tversky A., Kahneman D. Availability: A Heuristic for Judging Frequency and Probability // Cognitive Psychology. 1973. 5 (2). P. 207–232.
77. Xiao R., Rayson P., McEnery T. A Frequency Dictionary of Mandarin Chinese: Core Vocabulary for Learners. London/New York: Routledge, 2009.
78. Yip P.C., Don R. Chinese: A Comprehensive Grammar. London: Routledge, 2004.
79. Zhang H.M. Does Morphology Play an Important Role in L2 Chinese Vocabulary Acquisition? // Foreign Language Annals. 2016. 49 (2). P. 384–402.
80. Zhang Y.F., Ambigapathy P., Ruey-Shing Soo. Effect of Prototypicality and Dual Route Processing Modal on Instructed Second Language Acquisition of Chinese Resultative Verb Compounds // Global Chinese. 2023. 9 (2). P. 231–256.
81. Zhang H.P., Liu Y.B. A Corpus Study of Most Frequently Used English Verbs by Chinese Beginner Learners from A Conceptual Transfer Perspective // International Journal of Corpus Linguistics. 2014. 19 (2). P. 252–279.



The principal verbs in the Chinese resultative verb phrases: the convergent analysis of typical nature

On the basis of the standard of typical nature evidence, suggested by J. Gilquin and Al. McMichael, the typical nature of 460 monosyllabic principle verbs used in the Chinese resultative verb phrases, is described according to the «Dictionary of Chinese Verbs Usage». The levels of mastering the principle verbs, used in the Chinese resultative verb phrases, including the most typical, subtypical and atypical, are revealed that provides the empirical support for teaching the Chinese language as the second or foreign one. The understanding of the concept of the verbs' typical nature is deepening that creates the basis for the vocabulary choice, used in practice of teaching a foreign language.

Keywords: *resultative verb phrases, principal verbs, typical nature, convergent evidence.*

(Статья поступила в редакцию 07.07.2025).

Е.В. БОБЫРЕВА

Т.В. ГОННОВА

Волгоград

АКСИОЛОГИЧНОСТЬ РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ СКАЗОК КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Рассмотрен аксиологический потенциал русских и английских сказок. Установлены основные образы и выявлена система (анти)ценности русской и английской лингвокультуры, закладываемая в сказках. Показано, что система ценностей формируется в сознании молодого поколения, в дальнейшем определяя ценностные ориентиры народа.

Установлено, что в настоящее время под влиянием глобализации происходит изменение вектора ряда ценностей.



Ключевые слова: аксиологический потенциал, английская лингвокультура, русская лингвокультура, сказка, народная сказка, авторская сказка, (анти)ценности, ценностные ориентиры народа.

Исследование текстовой специфики жанра народной сказки представляется интересным и необходимым не только с точки зрения текстологии, жанроведения и стилистики. Рассмотрение тематики, специфики образов, функционирующих в текстах сказки, имплицируемых норм и моральных принципов, языковых средств их создания позволяет понять специфику культуры народа, систему разделяемых им норм и ценностей. Если общечеловеческие ценности едины для большинства культур, то ценности национальные могут быть различны.

Национальная специфика ценностей прослеживается в сказках для детей: именно в детском возрасте закладываются основные нормы и ценности, определяющие жизнь как отдельного человека, так и общества в целом. Исследование аксиологического потенциала национальной сказки позволяет проследить формирование систем ценностей разных народов и понять некоторые причины существующих в них различий. Кроме того, в настоящее время в условиях процесса глобализации, который, по мнению ряда ученых, ведет к «кризису целей и ценностей» [19], сказка, как особый феномен культуры и способ ценностного отражения мира, выступает одновременно и имплицитным выражением стремлений человека, и способом психотерапии, помогающим сохранить веру в высшие идеалы. Сказка гармонизирует внутреннее состояние человека и окружающую его действительность. Значимость данного жанра высока в каждый период существования человеческой цивилизации, но она еще более возрастает в кризисные периоды жизни мирового сообщества, что доказывает актуальность обращения к данному вопросу в настоящее время.

Цель исследования – проведение сравнительного анализа русских и английских сказок: выявление системы образов, установление специфики заложенных в них ценностей, определение различий в ценностных системах разных народов, которые, трансформируясь, оказывают влияние на все стороны жизни людей, определяя менталитет народа.

Для достижения данной цели в статье решаются следующие задачи: показать особенности сказки как особого жанра народного творчества; исследовать структурно-се-

мантические особенности сказок в русской и английской культурах; провести сопоставительный анализ системы образов русских и английских сказок; выявить и сравнить основные ценностные ориентиры; определить влияние закладываемых в сказках моральных принципов и ценностей на систему ценностей конкретного народа, установить векторы изменений ценностных ориентиров в настоящее время.

Материалом исследования послужили тексты русских и английских традиционных народных и современных авторских сказок, постулирующих определенные (анти) ценности. Всего для анализа было отобрано 117 текстовых образцов на русском языке и 109 – на английском языке.

В ходе исследования использовались методы дефиниционного, контекстуального, сравнительно-сопоставительного анализа и прием количественных подсчетов.

Теоретической базой для данного исследования послужили работы в области теории текста и жанра (В.Е. Гольдин [5], В.В. Дементьев [6], Н.Л. Лейдерман [13], Т.В. Матвеева [15] и др.), в частности жанра сказки (Т.В. Добронецкая [7], Н.М. Ладисова [12], Е.В. Намычкина [16] и др.); лингвокультурологии (Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров [3], В.А. Маслова [14], С.Г. Тер-Минасова [20] и др.); аксиологической лингвистики (Н.Д. Арутюнова [1], В.М. Вольф [4], В.И. Карасик [9], В.В. Квашнина [10] и др.).

В наиболее общей трактовке жанр представляет собой тип художественного произведения, имеющий повторяющиеся структурно-композиционные или содержательные признаки. «Исследователи по-разному подходят к выявлению закономерностей организации текста. В текстах, безусловно, имеется определенная композиционная схема, но для каждого произведения она своя. Иногда в процессе чтения мы говорим, что по закону жанра здесь должны произойти такие-то и такие-то события. И они действительно происходят» [17, с. 43]. Жанр сказки, в отличие от любого другого жанра, отличается спецификой и не поддается анализу с традиционной точки зрения простого анализа любого другого жанра. Если при рассмотрении последнего на первый план выходят его структурные и композиционные характеристики, а также, безусловно, сюжет, то в жанре сказки при сохранении значимости сюжета в центре оказывается система моральных норм и ценностей, выступающих нравственными ориентирами для человека (и, что особенно важно, не только для ребенка, но и для взрослого). Дидактичность любой сказки не вызывает сомнений.

Анализ русских и английских сказок с точки зрения их аксиологичности показал следующие результаты.

Для русской сказки характерно четкое противопоставление добра и зла. Мир, представленный в сказке, дуалистичен: явно показаны положительные и отрицательные моменты, которые становятся ориентирами в жизни, с одной стороны, и эксплицируют систему запретов, с другой. Это создает некую матрицу, в которой должен действовать человек и за пределы которой ему не следует заходить. В сказке прослеживается действие непреложного закона жизни – за плохие поступки человеку рано или поздно придется ответить, неизбежность расплаты также выступает своеобразным ограничителем для человека. Герои сказки всегда четко делятся на героев и злодеев; герои – честные и бесстрашные, злодеи – лживые и жестокие. В русских сказках четко ощущается посыл: «сила не главное»; на первое место по значимости выходит такое качество, как смекалка. В «Толковом словаре русского языка» Д.Н. Ушакова смекалка определяется как ‘смекалка, догадливость, способность быстро смекнуть что-нибудь’ [21]. Таким образом, ум и способность быстро найти выход из любой сложной ситуации декларируются как положительные качества и, соответственно, как истинные ценности. Данний непреложный закон, действующий в сказках, влечет за собой и другой: следуя таким ориентирам, как правда и честность, человек может и должен сделать правильный выбор. В качестве моральной нормы и ценности выступают дружба и взаимопомощь –

человек ничего не способен сделать в одиночку, только с поддержкой друзей и одновременно оказывая помощь другим, можно достичь своей цели.

Основными ценностными ориентирами в русских сказках выступают справедливость (добро всегда вознаградится, а зло будет наказано), отвага (смелый добьется своей цели), выдержка (терпеливый всё перенесет и дождется того, что ему нужно), честность (честный человек всегда найдет поддержку других; правда, в конце концов, восторжествует), трудолюбие (добропорядочный труд будет оценен).

В английском фольклоре существует исторически сформировавшееся разделение жанра сказки: с одной стороны, *fairy tale* – рассказ о значимых и всеми узнаваемых героях (например, феях и т. п.), а, с другой стороны, *folk tale* – сказка народная, которая по своему строению близка народным сказаниям, преданиям и т. п. (например, рассказ о конкретном герое).

В английской сказке, как правило, больше, чем в русской, таких действующих лиц, как различные духи и мифические существа (эльфы, тролли, гоблины и т. п.), наряду с которыми действуют вполне реальные исторические личности (например, короли), такое соединение выступает отличительной чертой почти любой английской сказки. Как справедливо отмечает британский исследователь Р. Кервер, «они ведут героя по сюжету, решая их проблемы, но часто требуя что-то взамен» [11].

Как в русской, так и в английской сказке герой сражается со злом, но в английской мы не видим совершение человеком подвига, его действия – это всего лишь попытка слабого человека противостоять существующему злу. Герой английской сказки, в отличие от героя русской сказки, инертен. Движущей силой выступают не активные действия главного героя, а ситуация выживания. Таким образом, в отличие от русской сказки, герой которой – активный деятель, герой английской, скорее, созерцатель, пытающийся выйти из сложившейся ситуации. В finale сказки он почти всегда получает материальные блага, которых был лишен. Часто постулируемым в английских сказках положительным (и даже желательным) качеством героя выступает рассудительность (*reasonableness – act based on or using good judgment and therefore being fair and practical*).

Систему ценностей, закладываемых в английской сказке, составляет совокупность ценностей материальных, нравственных и духовных. К числу материальных ценностей относится желание обрести достаток и добиться благополучия для себя и своих близких. При этом, в отличие от героя русской сказки, герой английского произведения действительно ищет путь обретения личной выгоды и обогащения (тогда как в русской сказке достаток приобретается помимо желания и стремления к нему главного героя). В связи с этим следует отметить, что такие качества, как целеустремленность, упорство и настойчивость в обретении материальных благ, рассматриваются как положительные черты характера, заслуживающие одобрения и поощрения. Хитрость, порицаемая во многих русских сказках, приравнивается к находчивости в сказках английских. К числу положительных характеристик героя и одновременно ценностей относится и наличие у него деловой хватки.

К числу универсальных ценностей, которые эксплицитно или имплицитно представлены в английских сказках, можно отнести уважение к людям старшего возраста, доброжелательность по отношению к окружающим, честность. Но честность героев русской и английской сказки различны. Честность в рамках русского менталитета граничит с готовностью открыть свою душу каждому, тогда как в английской сказке честность нередко подразумевает готовность держать свое слово, выполнить ранее данные обещания и т. п.

Анализ материала показал, что в английских сказках имеет место упоминание некоторых христианских ценностей, в частности готовности помочь слабому или поде-

лияться с бедным [2], в то время как аллегорическое упоминание таких христианских заповедей («возлюби ближнего своего», «непротивление злу насилием»), как, например, в английской сказке «The rose tree» являются, скорее, исключением.

Если в традиционных русских сказках чаще утверждаются общечеловеческие духовные ценности и почти полностью нивелируются ценности материальные, то в английских сказках, наряду с признанием значимости духовных ценностей и одобрении таких человеческих качеств, как честность, трудолюбие и т.п., значимость материальной составляющей в жизни человека не только не умаляется, но и акцентируется. В русской сказке материальные ценности герой обретает при наличии у него определенных моральных качеств, а в английской сказке материальное благополучие не приходит само собой, герою надо приложить усилия к его достижению.

Таким образом, при наличии некоторых одинаковых аксиологических векторов традиционная русская и английская сказки демонстрируют и ряд различий: настойчивость в борьбе со злом героя русской сказки (герой, всегда вступающий в единоборство со злыми силами), и слабость, неуверенность героя в английской сказке (одиночка, противостоящий злу, но не вступающий в борьбу с ним); активная позиция человека в русской сказке и позиция выживания при достижении цели в английском фольклоре; открытость и даже некоторая беспечность героя русской сказки (отсутствие амбиций и стремления к получению благ для себя) и целеустремленность в достижении цели, стремление к получению личных благ в английском фольклоре. Если выстроить матрицу ценностей и антиценностей, имплицитно и эксплицитно представленных в русских и английских фольклорных произведениях, то можно получить набор характеристик, свойственных типичному усредненному представителю русской и английской лингвокультур и понять причины четко прослеживаемых различий в ценностных приоритетах.

Однако жанр сказки, как и любой другой жанр, не выступает застывшим образованием, а подвержен трансформациям, вызываемым изменениями социального, культурного и даже политического плана. В настоящее время как в русской, так и в британской лингвокультуре существует и активно развивается жанр авторской сказки, которая, опираясь на традиции сказки народной, в то же время имеет индивидуальные авторские черты.

Анализ современных русских и английских сказок дал ряд интересных результатов. Изменения в наборе заявляемых в сказках ценностей часто продиктованы потребностями (и недостатками) современного общества. Если, как мы указывали выше, в традиционной английской сказке одобряется такое качество, как pragmatичность и деловая хватка человека, желание улучшить материальное положение своих близких, то в современной сказке такое качество нередко рассматривается как недостаток и связывается с проблемой занятости современного человека и невозможностью найти время на общение с детьми. Так, в современной английской сказке «A King Midas» создан образ жадного короля, который в стремлении приумножить свое богатство (*he was obsessed with gold*), теряет dochь, которую очень любил (*he loved his daughter*) и которой постоянно не хватало внимания отца (*She was just an ordinary kid and hated her father's obsession with gold and wished he would spend a bit more time with her instead*). Получив неограниченный доступ к богатствам, отец, наконец, осознает, что материальные блага ничто в сравнении с любовью к близким (*My daughter and not gold is the most precious thing in my world*). В данной сказке при наличии традиционных действующих лиц (короля, принцессы, странного третьего лица, обладающего магической силой) подняты вопросы, непосредственно отражающие проблемы, раскрывающие недостатки современного общества и постулирующие современные антиценности. В то время как в традиционной английской сказке отношение к богатству либо до определенной степени положительное,

либо нейтральное, авторы современных сказок критикуют стяжательство, связывая данную проблему с невниманием к детям, которые нуждаются в любви родителей.

Кроме того, в современной английской сказке порицается чрезмерная амбициозность человека, а также гордыня, которая традиционно считалась положительной чертой в английской культуре и отрицательной в русской. Этого не наблюдалось в традиционных английских сказках, где данное качество рассматривалось как положительная характеристика, основанная на присущем западной культуре в целом индивидуализме. В современных сказках, например, в сказке «*The Kite that went to the moon*», амбициозность героя, стремящегося к тому, чтобы только его воздушный змей долетел до луны, приводит не только к крушению его надежд, но и к серьезным последствиям: *But when all the boys and girls burst out laughing, and pointed their fingers at him and began to tease, it was impossible to keep back his tears any longer. The children, however, only laughed more, when the little maker of the kite suddenly flung himself down on the ground and began to cry.*

Как показал анализ, во многих современных английских сказках герою предлагается выбор того, что он сочтет благом для себя, и от этого выбора зависит дальнейший ход событий. Наличие такого выбора, который, кстати, традиционно выступает чертой и русских произведений данного жанра, мы не зафиксировали при анализе традиционных английских сказок. В той же сказке «*The kite that went to the moon*» встречается персонаж, не характерный для традиционной английской сказки – странник, предлагающий герою выбрать то, что он считает нужным, из своего мешка: *I have everything in the world in my bag, replied the little old man, for everything is there that everybody wants. I have laughter and tears and happiness and sadness; I can give you riches or poverty, sense or nonsense; here is a way to discover the things that you don't know, and a way to forget the things that you do know. Will you have a toy that changes whenever you wish, or a book that tells you stories whenever you listen to it? Choose whatever you like and it shall be yours; but remember, I can only give you one thing out of my bag, so think well before you make up your mind.*

Таким образом, вместо выбора, навязываемого читателю в традиционной английской сказке, сказка современная не только корректирует нынешний набор значимых для человека ценностей, но и предполагает анализ ситуации и активность самого читателя.

В отличие от аксиологичности современной англоязычной сказки, демонстрирующей существенные изменения и сдвиги ценностного вектора, набор ценностей, постулируемых в современной русской сказке, также варьируется, но такая вариативность не меняет вектор ценностной составляющей. Ценности, заложенные в менталитете русского народа и отражаемые в его сказках, сказаниях и преданиях, демонстрируют актуальность и в настоящее время. Причинение зла окружающим, ложь, насилие по-прежнему составляют набор антиценностей. Честность, открытость, готовность помочь рассматриваются как необходимые качества, которыми должен обладать человек. Исключение составляет такое ценностное качество, как прагматичность, попытка извлечь пользу из ситуации не только для окружающих, но и для самого себя. Понятие прагматичности, впервые пришедшее как характеристика представителя западной культуры и качество, не свойственное русскому человеку и даже порицаемое им, в настоящее время рассматривается как значимое и даже необходимое качество. Но нам представляется, что прагматичность человека, постулируемая в современной сказке, заключается не столько в получении практической выгоды, сколько в достижении блага для себя и других. Такая прагматичность смыкается не с расчетливостью, а с верным расчетом, позволяющим избежать проблем: *Я не хочу выходить замуж за этого герцога, мне и здесь хорошо! Что нам ждать от этого герцога?! Тем более, он так глуп! Я не хочу замуж! У меня есть огромное увлечение – вышивание, и ничего и никого другого мне не нужно!* - заявила Варваринка (Сказка о принцессе, которая не хотела выходить замуж).

Хотя в некоторых современных русских версиях традиционных сказок, герой действительно мыслит и действует весьма прагматично. Интересен пример современной русской версии хорошо известной сказки «Золушка»: *Я уже привыкла. Почти смирилась, считаю происходящее вполне нормальным. Ну, где вы видели, чтобы принцы женились на Золушках? Да мы с ним толком и не знаем друг друга. Какой-то он надменный, кичливый... Зачем он нужен такой?!*

В современных русских сказках подчеркивается важность и ценность веры в жизни человека. Только истинная вера (вера именно в религиозном ее понимании) позволяет человеку преодолеть все испытания, которые готовит ему жизнь. Приведем пример из сказки «Про мальчика, который верил в себя», где четко (практически эксплицитно) постулируется идея о необходимости истинной веры, которая может возвысить человека, сделать его богатым как в материальном, так и в духовном плане: – *Я верил в Христа, даже когда был последним нищим, настолько сильна была моя вера, а твоя вера иссякла, как только ты впервые столкнулся с трудностями. Видимо, ты совсем не умеешь верить. – Наверное, моя вера была неправильной, – ответил мальчик. – Вера познается не в правильности, а в самой верности. Ты можешь потерять все, но если ты веришь по-настоящему, то, даже опустившись на самое дно, ты будешь богаче всех остальных.*

Отметим, что в проанализированных нами примерах современных английских сказок фактов имплицирования ценности веры в жизни человека не зафиксировано.

Подведем итоги. Тексты сказок аксиологичны по своей природе. Насколько различные сказки разных народов, настолько различны и ценности, одобряемые одним лингвокультурным сообществом и неприемлемые для другого. Специфика аксиологической составляющей русских и английских сказок объясняется менталитетом народа, социокультурными, историческими и политическими факторами. Ценности, заложенные в традиционных русских и английских сказках, различны. Однако жанр сказки не является застывшим образованием, а демонстрирует тенденцию к развитию и изменению под влиянием многих процессов. В настоящее время, во многом благодаря имеющим место процессам глобализации, происходит активная трансформация ценностей разных лингвокультур.

Список литературы

1. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999.
2. Бобырева Е.В. Религиозный дискурс: ценности и жанры // Знание. Понимание. Умение. 2008. № 3. С. 160–165.
3. Верещагин В.Г., Костомаров Е.М. Язык и культура три лингвострановедческие концепции: лексического фона, рече-поведенческих тактик и сапиентемы. М.: Индрик, 2005.
4. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М.: Едиториал УССР, 2002.
5. Гольдин В.Е. Проблемы жанроведения // Жанры речи. Саратов: Колледж, 1999. Вып. 2. С. 4–7.
6. Дементьев В.В. Теория речевых жанров. М.: Знак, 2010.
7. Доброницкая Т.В. Стилистико-синтаксические особенности английской детской литературной сказки: дис. ... канд. филол. наук. М., 1980.
8. Ивин А.А. Современная аксиология: некоторые актуальные проблемы // Философский журнал. 2010. № 1 (4). С. 66–78.
9. Карасик В.И. Культурные доминанты в языке // Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. С. 166–205.
10. Квашина В.В. Проблемы аксиологии в современном языкоznании // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2013. № 2. С. 181–189.
11. Карвер Р. Если спросишь где я? М.: Б.-С.-Г.-Пресс, 2007.

**ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ
И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА**

12. Ладисова Н.М. Экспрессивность как элемент системы стиля английской литературной сказки: дис. ... канд. филол. наук. Минск, 1981.
13. Лейдерман Н.Л. Жанр и проблема художественной целостности // Проблема жанра в англо-американской литературе (XIX–XX вв.). Вып. 2. Свердловск: Изд-во Свердловского гос. ин-та. 1976. С. 3–27.
14. Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Юрайт, 2025.
15. Матвеева Т.В. К лингвистической теории жанра // Collegium. 1995. № 1-2. С. 65–71.
16. Намычкина Е.В. Сказка как литературный жанр // Вестник Вятского государственного университета. 2010. Т. 2. № 3. С. 103–108.
17. Остринская Н.Н. Об особенностях организации художественного текста // Известия Волгоградского государственного социально-педагогического университета. Филологические науки. 2024. № 03 (07). С. 43–46.
18. Павлов С.Г. Лингвоаксиологическая модель человека: научно-методический аспект // Вестник Минского университета. 2013. № 2. С. 56–68.
19. Павлютенкова И.В. Сказка: философско-культурологический анализ: дис. ... канд. фил. наук. М., 2003.
20. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000.
21. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка. М.: Дом Славянской книги, 2008.

* * *

1. Arutyunova N.D. Yazyk i mir cheloveka. M.: Yazyki russkoj kul'tury, 1999.
2. Bobyreva E.V. Religioznyj diskurs: cennosti i zhanry // Znanie. Ponimanie. Umenie. 2008. № 3. S. 160–165.
3. Vereshchagin V.G., Kostomarov E.M. Yazyk i kul'tura tri lingvostranovedcheskie konsepcii: leksicheskogo fona, reche-povedencheskikh taktik i sapientemy. M.: Indrik, 2005.
4. Vol'f E.M. Funkcional'naya semantika ocenki. M.: Editorial USSR, 2002.
5. Gol'din V.E. Problemy zhanrovedeniya // Zhanry rechi. Saratov: Kolledzh, 1999. Vyp. 2. S. 4–7.
6. Dement'ev V.V. Teoriya rechevyh zhanrov. M.: Znak, 2010.
7. Dobronickaya T.V. Stilistiko-sintaksicheskie osobennosti anglijskoj detskoj literaturnoj skazki: dis. ... kand. filol. nauk. M., 1980.
8. Ivin A.A. Sovremennaya aksiologiya: nekotorye aktual'nye problemy // Filosofskij zhurnal. 2010. № 1 (4). S. 66–78.
9. Karasik V.I. Kul'turnye dominanty v yazyke // Yazykovoj krug: lichnost', koncepty, diskurs. Volgograd: Peremena, 2002. S. 166–205.
10. Kvashina V.V. Problemy aksiologii v sovremennom yazykoznanii // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. 2013. № 2. S. 181–189.
11. Karver R. Esli sproshis' gde ya? M.: B.-S.-G.-Press, 2007.
12. Ladisova N.M. Ekspressivnost' kak element sistemy stilya anglijskoj literaturnoj skazki: dis. ... kand. filol. nauk. Minsk, 1981.
13. Lejderman N.L. Zhanr i problema hudozhestvennoj celostnosti // Problema zhanra v anglo-amerikanskoj literature (XIX–XX vv.). Вып. 2. Sverdlovsk: Izd-vo Sverdlovskogo gos. in-ta. 1976. S. 3–27.
14. Maslova V.A. Lingvokul'turologiya. M.: Yurajt, 2025.
15. Matveeva T.V. K lingvisticheskoi teorii zhanra // Collegium. 1995. № 1-2. S. 65–71.
16. Namychkina E.V. Skazka kak literaturnyj zhanr // Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo universiteta. 2010. Т. 2. № 3. S. 103–108.
17. Ostrinskaya N.N. Ob osobennostyah organizacii hudozhestvennogo teksta // Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo social'no-pedagogicheskogo universiteta. Filologicheskie nauki. 2024. № 03 (07). S. 43–46.
18. Pavlov S.G. Lingvoaksiologicheskaya model' cheloveka: nauchno-metodicheskij aspekt // Vestnik Minskogo universiteta. 2013. № 2. S. 56–68.
19. Pavlyutenkova I.V. Skazka: filosofsko-kul'turologicheskij analiz: dis. ... kand. fil. nauk. M., 2003.
20. Ter-Minasova S.G. Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikaciya. M.: Slovo, 2000.
21. Ushakov D.N. Tolkovyj slovar' russkogo yazyka. M.: Dom Slavyanskoj knigi, 2008.

*The axiological value of Russian and English tales
as the basis of development of national values*

The axiological potential of the Russian and English tales is considered. The principal images are identified, the system of (dis)values of the Russian and English linguocultures in the context of tales is revealed. It is shown that the value system is formed in the consciousness of the young generation and later identifies the value orientation of people. It is stated that nowadays globalization has an impact on changing the vector of the row of values.

Keywords: *axiological potential, English linguoculture, Russian linguoculture, tale, folk tale, author tale, (dis)values, value orientation of people.*

(Статья поступила в редакцию 19.09.2025).

В.А. БУРЯКОВСКАЯ

Волгоград

Р.Р. ЗУБАИРОВА

Астрахань

**МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ
В РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ «ВОЙНА»
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

Рассматриваются вербальные и невербальные способы объективации концептуальной метафоры «война» в англоязычном медиадискурсе. Предметом исследования выступают мультимодальные элементы, с помощью которых создается метафорический язык войны в англоязычном медиапространстве. Делается вывод, что использование в англоязычном медиадискурсе мультимодальности демонстрирует высокую степень манипулятивности и суггестивного воздействия на воспринимающую аудиторию.

Ключевые слова: *англоязычный медиадискурс, креолизованный текст, концептуальная метафора «война», вербальные и невербальные компоненты, манипулятивное воздействие.*

Язык войны – это сложное и многогранное явление, которое выходит за рамки вербальной коммуникации и включает в себя целый ряд невербальных сигналов. Взаимодействие вербальных и невербальных компонентов создает креолизованный или мультимодальный текст – текст, в котором смысл и эмоциональная нагрузка формируются

не только через слова, но и через визуальные образы [2]. Термин «креолизованный» был предложен российскими психолингвистами и филологами Ю.А. Сорокиным и Е.Ф. Тарасовым в конце XX в. [3].

Невербальная коммуникация играет важную роль в социальном взаимодействии людей. Д. Аберкромби утверждает: «Мы говорим с помощью наших голосовых связок, но общаемся мы всем своим телом» [4] (*Перевод здесь и далее наш – В. Б., Р. З.*).

Р. Бердвестелл, один из основоположников теории невербальной коммуникации, подсчитал, что в разговоре 65% сообщений передаются с помощью невербальной речи [6], а психолог и антрополог Альберт Мехрабян утверждает, что в процессе межличностного общения слова передают только 7% информации, а невербальные поведение и тон голоса – все остальное [13]. Это означает, что значительная часть любого сообщения, которое мы отправляем и получаем, кодируется и декодируется невербально.

В условиях конфликтов и социально-политических кризисов, когда слова могут оказаться недостаточными или даже несоответствующими ситуациям, невербальные средства становятся важнейшим инструментом передачи информации и формирования образов. Невербальные элементы выступают как усиители вербальных сообщений, создавая более яркую и насыщенную картину происходящего. Современные исследования креолизованных текстов выявили ключевые механизмы, посредством которых они функционируют в медиаконтекстах: когнитивное упрощение, эмоциональное вовлечение, повышение доверия, а также идеологическое позиционирование, необходимое для усиления, поддержки, формирования или даже оспаривания определенных идеологических установок, ценностей, взглядов или интерпретации событий. Самая важная информация, которой обмениваются во время конфликтов, споров, освещения и обсуждения новостей, в т.ч. в письменной форме, часто передается невербально [7; 8; 11; 12; 13].

Согласно нейролингвистическим теориям, в обработке мультимодальной информации участвует как левое полушарие мозга, ответственное за логико-вербальную обработку, так и правое, специализирующееся на образно-эмоциональном восприятии [9]. Это создает условия для формирования более глубоких и устойчивых когнитивных структур, определяющих восприятие медиаобращения. Исследование Л. Стэплза показало, что оптимизированная типографика с тщательно подобранным шрифтом, цветом и контрастностью может эффективно привлекать внимание. Так, жирный и курсивный шрифты используются для выделения ключевых фраз или слов, создавая ощущение срочности и важности, подобно военным командам; крупный размер шрифта необходим для привлечения внимания к заголовкам или ключевым сообщениям, создавая ощущение драмы и кризиса, а шрифты с засечками (serif fonts) часто используются для создания ощущения традиционности, авторитетности и серьезности, которое может выступать как олицетворение военного брифинга [14].

Данное исследование рассматривает невербальные способы языковой объективизации концептуальной метафоры «война» в англоязычном медиадискурсе. Полагаем, что манипулятивный потенциал метафорической модели языка войны в современных английязычных СМИ реализуется через сложное взаимодействие вербальных и невербальных компонентов, стремящиеся к конструированию реальности конфликта, часто в выгодном для авторов свете. В отличие от традиционного иллюстрированного текста здесь полноценное понимание информации возможно лишь при одновременном восприятии всех элементов текста.

Креолизованные тексты с использованием образов войны характеризуются высоким уровнем интертекстуальности, что позволяет им апеллировать к культурной памяти и историческому опыту аудитории. Использование визуальных цитат из известных произведений искусства, кинематографа или литературы в сочетании с современными языковыми конструкциями создает эффект «семантического резонанса», когда новое содержание приобретает дополнительную эмоциональную глубину [10]. Такой

механизм особо эффективен в условиях информационного противоборства, поскольку позволяет обходить критическое мышление реципиента и воздействовать на его эмоциональное восприятие через активацию культурно-исторических ассоциаций [5].

Сложная система англоязычного медиадискурса характеризуется стремительным внедрением неверbalных средств коммуникации, что происходит на различных уровнях: визуальном, мультимедийном и интерактивном. Важными средствами передачи эмоциональной, сенсационной информации в цифровой коммуникации в англоязычном медиапространстве стали *эмодзи* и *эмотиконы*, а также *графические пиктограммы*. Использование графических пиктограмм (таких, например, как щит или кинжал) создает упрощенные, но мощные метафоры, способные передать сложные идеи о столкновении, мужестве или предательстве в одной графической единице.

На мультимедийном уровне использование видео и анимации помогает привлечь внимание и удерживать интерес, а интерактивные компоненты, такие как опросы и комментарии, существенно меняют динамику общения. Исследования показывают, что пользователи более активно участвуют в обсуждениях, когда могут высказать свое мнение или проголосовать, что в свою очередь увеличивает уровень доверия к предлагаемой в публикации информации [11].

В контексте СМИ такие механизмы становятся динамической системой, где происходит интерсемиотический перевод метафорических значений с использованием визуальных маркеров, которые активируют определенные когнитивные схемы у реципиента. Так, использование карикатурных изображений противника в сочетании с деперсонализирующими языковыми конструкциями создает синергетический эффект дегуманизации, который превосходит воздействие каждого из компонентов в отдельности. Этот феномен получил название «мультимодальной метафоризации» [8].

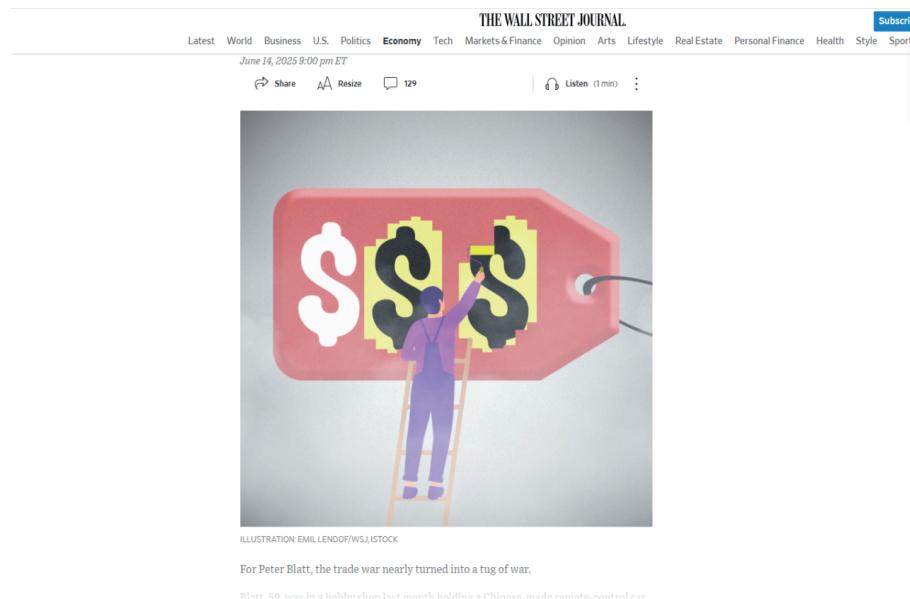


Рис. 1. Иллюстрация к статье «The Fog of Trade War Is Causing Confusion About Price Increases» из издания «The Wall Street Journal».

Невербальные средства языка играют критически важную роль в формировании и восприятии языка войны в текстах англоязычных СМИ, превращая такие тексты в многослойный коммуникативный символ, который усиливает эмоциональную и когнитивную нагрузки. Так, *выбор шрифтов и форматирования* может контрастировать между легким и тяжелым стилем изложения, подчеркивая серьезность описываемых событий, в то время как *цветовые решения* (например, красный) могут ассоциироваться с опасностью или насилием. *Расположение текста* также играет немаловажную роль, размещая ключевые идеи в центре внимания или создавая визуальные паузы, что усиливает драматизм рассказа и акцентирует внимание на важности определенных событий.

При освещении кризисных ситуаций для представления статистических данных многие новостные издания используют *инфографику*, что позволяет зрительно воспринимать информацию. Некоторые исследователи считают инфографику одним из видов креолизованных текстов. Согласно Я.В. Лайковой, «инфографика – это разновидность креолизованного текста, смысл которого заложен одновременно в двух плоскостях – вербальной и невербальной, где визуализация имеет решающее значение: используются те изобразительные компоненты, которые помогают правильной интерпретации текста (композиция, форма, цвет, шрифт и др.)» [1, с. 45].

Инфографика в англоязычных СМИ играет ключевую роль в формировании метафорического языка войны при освещении невоенных событий. Она не только помогает визуализировать данные, но и создает мощные метафоры, которые воздействуют на восприятие аудитории.

Исследование манипулятивных механизмов в массмедиийном дискурсе требует четкого понимания самого феномена манипуляции. Так, если классическое определение манипуляции сводится к виду психологического воздействия, то в работах Т. Ван Дейка она рассматривается как «дискурсивная социальная практика доминирующих групп, направленная на укрепление их власти» [18, с. 7]. А. Кузио вводит понятие языковой манипуляции как «манипулятивного воздействия, осуществляемого посредством умелого использования определенных языковых ресурсов с целью скрытого влияния на когнитивную и поведенческую активность адресата» [11, с. 13]. В современной медиалингвистике это понятие дополняется мультимодальной манипуляцией – стратегией, объединяющей вербальные, визуальные и аудиальные элементы для целенаправленного влияния на аудиторию [12].

Анализ англоязычных СМИ выявляет широкое применение мультимодальной манипуляции при освещении невоенных событий. Рассмотрим примеры.

Так, в 2025 г. на фоне опасений рецессии в США многие экономические издания, такие как «The Wall Street Journal» или «The Financial Times», активно использовали язык войны для описания разнообразных экономических процессов. Например, статья «The Fog of Trade War Is Causing Confusion About Price Increases» из «The Wall Street Journal» («Неопределенность, вызванная торговой войной, порождает путаницу в вопросе повышения цен») [15] сопровождается изображением человека (вероятно, сотрудника магазина), закрашивающего и переписывающего ценник, что может символизировать намеренное утаивание информации, в том числе о причинах сложившейся ситуации. Читателю в статье навязывается упрощенное объяснение: цены растут из-за торговой войны, хотя фактически факторов может быть гораздо больше, и некоторые из них выгодны бизнесу или властям. Работник на изображении – это «маленький человек», который не принимает решений, но выполняет приказы; манипуляторы остаются за кадром:

Изображение не просто иллюстрирует статью – оно усиливает ее ключевую мысль: в условиях кризиса манипулировать становится легче, потому что хаос и неопределенность мешают людям отделять факты от пропаганды: *Закрашенные ценники = замалчивание правды.*



Рис. 2. Иллюстрация к статье «Agentic Warfare Is Here. Will America Be the First Mover?» из издания «The War on the Rocks».

Глобализационные процессы и цифровизация общества породили новую волну технологических военных метафор в мультимодальном пространстве. Однако помимо очевидных «кибервойн» и «гонок вооружений искусственного интеллекта», наблюдаются более непредсказуемые формы милитаризации медиадискурса с обращением к кинематографу, которые переносят читателя в нарративные схемы и визуальные коды голливудских блокбастеров. В статье американского издания «The War on the Rocks» [16] «Agentic Warfare Is Here. Will America Be the First Mover?» («Эра агентных военных систем наступила. Станет ли Америка первопроходцем?») используется драматургическая структура фильма-триллера: *The AI agent triggers an alert, activating intelligence and planning agents that begin to work in parallel. The intelligence AI is cautious, finding evidence insufficiently conclusive. Yet the planning AI senses urgency. It swiftly activates dormant reserve computational agents, mobilizing them to run accelerated scenario testing with real-time data streams.* (ИИ-агент подает сигнал тревоги, активируя параллельную работу аналитических и плановых агентов. Аналитический ИИ оценивает доказательства как недостаточные, проявляя осторожность, тогда как плановый ИИ определяет ситуацию как срочную. Он немедленно активирует (мобилизует) резервные вычислительные модули для быстрого моделирования сценариев на основе данных реального времени) [16]. Манипулятивный механизм данного примера функционирует на нескольких уровнях одновременно, с конструированием ложной персонификации: читатель погружается в атмосферу технотриллера, где алгоритмы наделяются человеческими качествами (*The intelligence AI is cautious* (проявляет осторожность), *The intelligence AI is cautious* (определяет ситуацию как срочную), а технологические процессы описываются как боевые действия.



Рис. 3. Иллюстрация к статье «The AI Cold War That Threatens Us All» из издания «The Wired».



Рис. 4. Кадр из видео к статье «The AI Cold War That Threatens Us All» из издания «The Wired».

Военно-кинематографическая метафора создает иллюзию понимания сложных процессов через знакомые визуальные схемы, но фактически препятствует критическому анализу, заменяя логическое мышление эмоциональной реакцией на драматургические приемы.

Аналогичная тенденция наблюдается в материалах, где спортивные и игровые метафоры переплетаются с военными, создавая гибридную систему взаимодействия. Одним из примеров такого синтеза служит материал «The Wired» «The AI Cold War That Threatens Us All» [17]. Статья начинается с прямого заявления о холодной войне и гонке вооружений, немедленно погружая читателя в милитаристский фрейм глобального

противостояния; затем происходит переход к конкретному событию – победе системы *AlphaGo* над чемпионом игры *Go*. Здесь активно задействуются метафоры войны: через метафорическое сравнение *the machine's victory cracked the air like a warning shot (победа машины (системы) прозвучала как предупредительный выстрел)*. В этом примере спортивное/игровое событие служит катализатором и отправной точкой для описания так называемой «холодной войны», при этом вводится серьезная и пугающая тема через менее тревожный, игровой контекст. Кроме того, в начале статьи представлено стилизованное изображение, иллюстрирующее противостояние двух глобальных игроков и способствующее восприятию мира технологий как арены жесткой конкуренции, где сотрудничество минимизировано: слева представлены символы национальной идентичности США и логотипы ведущих компаний; справа – атрибуты Китая, а также объекты, указывающие на их государственную, милитаризованную мощь и их быстрое развитие инфраструктуры, стремление к прогрессу:

Немаловажную роль в создании ощущения конфронтации и баланса сил играют и другие визуальные «якоря»: композиция изображения с его разделением на две части, выбор цветовой гаммы и стилизация в виде компьютерных игр. Видео внутри статьи усиливает ощущение надвигающейся угрозы, исходящей от роботов и машин. Вот один из кадров видео:

Применение подобных ярких средств – это самая настоящая мобилизация эмоций, которая основывается на человеческом страхе перед неизвестным и в данном случае малоизученным.

Таким образом, механизмы манипуляции, используемые в креолизованных текстах, в которых вербальные метафоры войны сопровождаются визуальными и компонентными элементами, не просто дополняют, но и трансформируют восприятие аудитории, позволяя визуально геймифицировать сложные процессы в обществе, представляя их как высококонкурентные игры или соревнования с понятной поляризацией. Воспринимающая аудитория эмоционально вовлекается через привычные схемы победы и соперничества, провоцируя у нее чувство сопричастности или антагонизма, чего вербальный текст не может всегда самостоятельно достичь. Таким образом, формируются оценочные рамки, способствующие созданию стереотипных образов «противника» или «соперника» посредством избирательного использования невербальных средств.

Список литературы

1. Лайкова Я. В. Инфографика в СМИ разного типа // Вестник МГУ. 2014. № 4. С. 41–52.
2. Окунева И. А., Латун В. В. Особенности использования структурных компонентов креолизованных текстов в зарубежной учебной книге: моменты концептуальной инверсии // Мир науки. 2017. Т. 5. № 2. URL: <http://mir-nauki.com/PDF/46PDMN217.pdf> (дата обращения: 10.07.2025).
3. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М.: Наука, 1990. С. 180–186.
4. Abercrombie D. Elements of General Phonetics. Edinburgh University Press. 1968.
5. Barthes R. Mythologies. Hill and Wang. New York: FARRAR, STRAUS & GIROUX, 1972. P. 109–159.
6. Birdwhistell R.L. Background to Kinesics // Institute of General Semantics. 1955. Vol. 13. No. 1. P. 10–184.
7. Flusberg S.J., Matlock T., Thibodeau P.H. War metaphors in public discourse // Metaphor and Symbol. 2018. Vol. 33. No. 1. P. 1–18.
8. Forceville C. Multimodal metaphor in ten Dutch TV commercials // The Public Journal of Semiotics. 2007. Vol. 1. No. 1. P. 19–51.
9. Kress G., Van Leeuwen T. Reading Images: The Grammar of Visual Design. London. New York: Routledge. 2006. P. 177–203.

10. Kristeva J. *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. New York. Columbia University Press. 1980. P. 66–69.
11. Kuzio A. *Exploitation of schemata in persuasive and manipulative discourse in English, Polish and Russian*. Cambridge Scholars Publishing. 2015.
12. Kuzmenko O., Kyryliuk O., Bublyk T., Boyko Y., Ruban V. Linguistic dimension of political advertising: Analysis of linguistic means of manipulative influence // *World Journal of English Language*. 2023. 13 (1). P. 205–211.
13. Mehrabian A. *Silent messages*. Wadsworth Publishing Company. 1971.
14. Staples L. *Typography and the Screen: A Technical Chronology of Digital Typography* // *Design Issues*. 16 (3). 2000. P. 19–34. URL: <https://doi.org/10.1162/07479360052053306> (дата обращения: 10.07.2025).
15. The Wall Street Journal: 2025. The Fog of Trade War Is Causing Confusion About Price Increases // URL: https://www.wsj.com/economy/consumers/why-did-that-price-go-up-welcome-to-the-fog-of-trade-war-ae605e9c?mod=economy_feat6_consumers_pos3 (дата обращения: 13.07.2025).
16. The War on the Rocks: 2025 Agentic Warfare Is Here. Will America Be the First Mover? // URL: <https://warontherocks.com/2025/04/agentic-warfare-is-here-will-america-be-the-first-mover/> (дата обращения: 13.07.2025).
17. The Wired: 2025. The AI Cold War That Threatens Us All // URL: <https://www.wired.com/story/ai-cold-war-china-could-doom-us-all/> (дата обращения: 13.07.2025).
18. Van Dijk T. Discourse, Opinions and Ideologies // C. Schäffner and H. Kelly-Holmes (eds) *Discourse and Ideologies*. Clevedon: Multilingual Matters. 1996. P. 7–37.

* * *

1. Lajkova Ya.V. Infografika v SMI raznogo tipa // *Vestnik MGU*. 2014. № 4. S. 41–52.
2. Okuneva I.A., Latun V.V. Osobennosti ispol'zovaniya strukturnykh komponentov kreolizovannykh tekstov v zarubezhnoj uchebnoj knige: momenty konceptual'nogo inversii // *Mir nauki*. 2017. T. 5. № 2. URL: <http://mir-nauki.com/PDF/46PDMN217.pdf> (data obrashcheniya: 10.07.2025).
3. Sorokin Yu.A., Tarasov E.F. *Kreolizovannyeteksty iih kommunikativnaya funkciya//Optimizaciya rechevogo vozdejstviya*. M.: Nauka, 1990. S. 180–186.



The manipulative potential of creolized texts in the implementation of the conceptual metaphor «war» in English media discourse

The verbal and non-verbal ways of objectification of the conceptual metaphor «war» in English media discourse are considered. The multimodal elements are considered as the study subject, helping to create the metaphorical language of war in English media space. It is concluded that the use of multimodality in English media discourse demonstrates the high degree of manipulation and the suggestive impact on the perceiving audience.

Keywords: *English media discourse, creolised text, conceptual metaphor «war», verbal and non-verbal components, manipulative influence.*

(Статья поступила в редакцию 22.08.2025).

В.В. БОГОМАЗОВА

Т.А. ИОНОВА

Волгоград

**КОМПЬЮТЕРНО-ИГРОВОЙ ДИСКУРС В КОНТЕКСТЕ АКТИВНЫХ
ПРОЦЕССОВ В СОВРЕМЕННОМ ЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ
(на материале русского и английского языков)**

Рассматривается компьютерно-игровой дискурс как составляющая компьютерного дискурса, обладающая специфическими характеристиками. Анализируются результаты влияния компьютерно-игрового дискурса на современное лингвистическое пространство. Делаются выводы о том, что компьютерно-игровой дискурс служит источником неологизмов и прецедентных феноменов, а компьютерные игры становятся основой для создания широкого спектра вторичных семиотических продуктов.



Ключевые слова: компьютерно-игровой дискурс, сообщество геймеров, современное лингвистическое пространство, семантическая деривация, прецедентные феномены, вторичный семиотический продукт.

Язык – это динамическая система, изменения в которой происходят не только в результате естественной эволюции, но и под влиянием технических, политических или социальных трансформаций. Стремительное развитие информационных технологий, возникновение принципиально новых каналов связи способствовало появлению интернет-коммуникации, новой языковой реальности, имеющей специфические лингвистические характеристики и оказывающей влияние на традиционный язык. Язык электронного общения стал предметом исследования в интернет-лингвистике. Несмотря на обилие терминов: «электронный дискурс», «электронный язык», «интерактивный письменный дискурс», «виртуальный или цифровой дискурс» – в отечественных исследований; «Netlish», «Weblish», «cyberspeak», «cyberlanguage» – в зарубежной лингвистике, все они называют общение коммуникантов в глобальной сети Интернет.

Анализ научных исследований последних лет показывает, что все многообразие подходов к рассматриваемой проблеме можно свести к двум: 1) анализ положительно/отрицательного влияния интернета на язык и 2) исследование новых моделей языковых трансформаций. Однако все ученые сходятся в мысли, что влияние цифровой коммуникации на язык усиливается, расширяет зону своего воздействия, охватывает различные отрасли и сферы деятельности социума. Особенно это стало заметно в период пандемии, когда люди были вынуждены переходить к формам дистанционного взаимодействия – работы, учебы, межличностного общения. Это коснулось и сферы развлечений, способствовало еще большей массовизации компьютерных игр, особенно кооперативных.

Технология современных компьютерных игр достигла такого уровня развития, что их можно сравнить с фильмами, мультфильмами и книгами по способности рассказывать хорошо срежиссированные яркие и увлекательные истории. Videogames обладают двумя важными преимуществами: интерактивностью и облегчением общения. С момента своего возникновения во второй половине прошлого века компьютерные игры претерпели кардинальные изменения, изменилось и отношение к ним. Теперь это не только способ скоротать время, но и платформа для универсальной социализации, что при-

водит к появлению метавселенных (обширных виртуальных миров, которые дают игрокам широкие возможности для творчества и самореализации). Игра становится полноценным социально-психологическим механизмом активности как на рынке, так и в других областях человеческого существования.

Применение компьютерно-игровых элементов варьируется от образовательных технологий до маркетинговых стратегий и медицинских приложений. Например, в медицине они используются при реабилитации пациентов для улучшения их когнитивных функций. Интерактивные учебные программы и симуляторы стали неотъемлемым элементом процесса обучения [16]. Игры прочно вошли в сферу рекламы и продвижения продуктов: для привлечения покупателей известные сети супермаркетов используют в своих приложениях игровые технологии [15]. «Игра как таковая играет все большую роль и в языке, и в других знаковых системах культуры» [9, с. 38].

Развитие игровых технологий повлекло за собой и развитие особого языка, применяемого членами игрового сообщества. Несмотря на единодущие ряда ученых в определении данного явления как сленга (такой точки зрения придерживаются П.С. Усманова, М.Г. Аханова, Д.В. Мастеров и Е.В. Юрьева, Л.В. Жабина), данное определение ограничивается только сферой ведения диалога между игроками, что возможно исключительно в многопользовательских играх. Однако язык геймеров выходит за пределы внутриигрового взаимодействия, охватывает «околокомпьютерную» сферу, включая специализированные форумы, чаты и стриминговые платформы, посвященные играм, СМИ, литературу (субжанр литРПГ) и кинематограф. Таким образом, нам представляется целесообразным (вслед за такими учеными, как А. Энсслин, С.С. Вдовиченко, М.Н. Харлашкин, К.В. Богданова и др.) в настоящей статье использовать термин *компьютерно-игровой дискурс*, понимая под ним феномен, который затрагивает все аспекты речевой деятельности игроков, включая оклоигровое пространство.

Согласно Е.Н. Галичкиной, компьютерно-игровой дискурс, являясь частью компьютерного дискурса, обладает такими конститутивными признаками, как металинеарность, креолизованность и бимодальность, и имеет специфические лингвистические характеристики: устно-письменный характер; эрративное письмо; использование разговорной и эмоционально-экспрессивной лексики, компьютерно-игрового сленга, мемов, большого количества сокращений, англоязычных заимствований; символическое выражение невербальных компонентов устной речи и др. [4]. Обладая этими особыми характеристиками, компьютерно-игровой дискурс вносит свой вклад в изменение языка.

В рамках настоящего исследования мы ограничиваемся показателями, которые являются специфичными для сферы именно компьютерно-игрового дискурса и выделяем сферы, на которые компьютерно-игровой дискурс оказал влияние. Рассмотрим их.

1. Расширение словарного состава. Современный компьютерно-игровой дискурс выступает источником новых лексических единиц, а также дополнительных значений для имеющихся в языке слов, которые выходят за пределы дискурса и проникают в другие сферы общения.

2. Создание корпуса прецедентных текстов. Стремительное развитие игровой индустрии, вовлеченность в нее широкого круга участников, ее глобальный характер способствуют созданию корпуса прецедентных текстов.

3. Создание традиционных и вторичных семиотических продуктов. Компьютерные игры, прочно занявшие в последнее десятилетие лидирующую позицию в индустрии развлечений, становятся источником для создания как традиционных (книги, фильмы и т.д.), так и принципиально новых вторичных семиотических продуктов (фанфиков, ко-сплеев и пр.).

1. Компьютерно-игровой дискурс как источник неологизмов и развития дополнительных значений (семантическая деривация)

Техническое совершенствование игр, вовлеченность в эту сферу все большего числа участников разных возрастов, гендеров, социальных слоев, профессий и национальностей способствовало созданию специальной терминологии, без овладения которой невозможно общение внутри игрового сообщества и нельзя понять, как функционируют игровые миры (В.Е Щербина, В.А. Комаров, И.А. Шушарина, К.В. Яблоков и др.). Между тем эти единицы перестают быть «лексико-фразеологической составляющей компьютерно-игрового дискурса, понятной только геймерам» [3, с. 21]. Новые языковые единицы или единицы языка с новым значением выходят за пределы сленга геймеров и оклоигрового пространства, становясь частью общезыковой системы. Так, в русском языке слово *чимпер*, которое изначально использовалось в контексте игровой индустрии и несло негативный характер, обозначая человека, использующего хитрости и обман для победы в поединке, со временем вышло из оклоигрового пространства и стало означать безоговорочное признание таланта.

Рассмотрим примеры.

Словари английского языка определяют слово *loot* (*noun*) как «*usually of large numbers of people during a violent event) to steal from shops and houses*» – ‘мародерство’ [17]. В компьютерных играх этот термин приобретает новое значение – ‘предметы или сокровища, которые можно найти или получить во время игрового процесса’. За пределами сообщества геймеров это имя существительное широко используется в повседневном общении в новом значении для номинации неожиданных находок или приятных сюрпризов. Ср.: *My latest thrift store loot included a vintage leather jacket and some funky sunglasses. Score!* [20]. Автор блога описывает покупки в комиссионном магазине, используя слово *loot* как синоним слова *сокровище*.

Заимствование слов из игрового дискурса свойственно как английскому, так и русскому языку. Благодаря широкому распространению английского языка в качестве лингва франка и его повсеместному применению в среде кооперативных игровых сообществ, для русского языка характерно заимствование англоязычных сленговых единиц, их адаптация (в русском языке эти слова характеризуются большим деривационным потенциалом) и их вовлечение в разные сферы общения. Например, *farm* (*verb*) – «*to use land for growing crops and/or keeping animals as a business*» [17]. *Фармить* – термин из игр, обозначающий многократное выполнение однотипных действий с целью накопления игровых ресурсов или опыта. В обычной жизни глагол *фармить* может использоваться для обозначения упорного труда или монотонной работы, например, *фармить опыт* означает ‘работать над собственным профессиональным ростом или образованием’. Ср.: *In the early days of our startup, we had to farm user feedback constantly to improve our product* [21]. В данном примере автор блога описывает процесс сбора обратной связи от пользователей для улучшения продукта, используя слово *фармить*. Или: *Я взял себе подработку на выходные, чтобы нафармить на новый телефон* [11].

Еще одним примером служит слово *raid* (*noun*): *a short sudden attack, usually by a small group of people: verb – to enter a place illegally and usually violently, and steal from it* [17]. В игре оно означает ‘совместное нападение на мощного противника’ или ‘задание для получения ценных наград’. В повседневном общении *raid* может использоваться для обозначения совместной акции или массового посещения какого-либо места или мероприятия. Ср.: *Our sales team did a raid on the competitor’s client list to gather market intelligence. The insights were invaluable* [19]. Автор блога описывает стратегическое действие по анализу клиентской базы конкурента, используя слово *raid*. В современном русском языке *рейд* – это слово-хамелеон, меняющее свою окраску в зависимости от контекста: от технологического термина до сленгового выражения. Важно понимать его многогранность и использовать осознанно, учитывая возможные последствия. Ср.: *Дадим рейд на кухню — проверим, что там вкусного* [14].

В качестве примера можно привести и слово *noob*, которое широко используется в оклонигровой сфере (в чатах, форумах и блогах обсуждения игр, а также в специализированной литературе и видеоуроках). Изначально нейтральное слово *noob* – *someone who has just started doing something, especially playing a computer game or using a type of software, and so does not know much about it* [17] – в современном русском и английском языках приобретает негативную коннотацию. В указанном контексте слово *noob* обозначает новичка, человека без опыта, который пока не разбирается в теме, игре, ситуации. При этом слово несет легкую насмешку: оно не столько нейтральное, сколько ироничное или даже пренебрежительное: *Ну не будь нубом, почитай сначала, как это работает; Нубы в команде – поражение обеспечено* [5].

2. Компьютерно-игровой дискурс как источник прецедентных феноменов

До настоящего времени прецедентность исследовалась в основном на материале художественных произведений, кинофильмов, а также текстов публицистического характера. Однако популярные компьютерные видеоигры, имеющие текстовый компонент, а также другие текстовые составляющие компьютерно-игрового дискурса (описание интерфейса игр, инструкции, блоги и форумы и т.п.) также выступают источником прецедентных текстов. Активная визуализация культуры, вторжение компьютерных технологий в жизнь социума, общая тенденция к интерпретативности современной культуры обеспечивает выход компьютерной игры в широкое поле культурного взаимодействия, становясь неотъемлемой частью современного культурного кода. Герои и локации игр «переходят» в кинотексты, игровые термины используются в различных видах дискурса, они становятся частью идиом и крылатых фраз и т.д. Лингвистические исследования последних лет затрагивали компьютерно-игровой дискурс в свете теории прецедентности и интертекстуальности, но игра рассматривалась только как текст-реципиент интердискурсивных включений [1; 2; 12]. Тем не менее, компьютерно-игровой дискурс является богатым источником прецедентности. Наибольшую продуктивность имеют прецедентные имена – имена собственные, которые используются в игре, а в дальнейшем переходят в речь в качестве своего рода культурного знака, символа определенных качеств, событий, судеб. Например, в романе американского писателя Джая Конрада «Рэд Рэн» (2012) главный герой Джек, рассказывая о бесплодных попытках решить жизненные трудности, сравнивает себя с персонажем известной игры «Super Mario Bros»: *Кажется, что моя жизнь превратилась в нечто подобное игре Super Mario Bros, где ты сталкиваешься с препятствиями на каждом шагу, а твоя цель – спасти принцессу, но она постоянно оказывается в другом замке* [6]. В одном из блогов пользователь, обсуждая необходимость выбора лидера, упомянул персонажа из игры «The Elder Scrolls V: Skyrim»: *Нам нужен кто-то вроде Ульфрика Буревестника, чтобы взять ситуацию под контроль*. Даже те, кто не играл в игру, поняли ироничность высказывания, т.к. Ульфрик в игре является успешным правителем и полководцем, однако в целом – это отрицательный персонаж. Он считает, что большинство вопросов (даже мирных) можно решать только путем силы и готов пожертвовать всем ради власти [18]. Лара Крофт – известный персонаж компьютерной игры. Несомненно, такую популярность этот персонаж приобрел в большей мере благодаря кинематографу, однако не стоит забывать, что фильм является вторичным текстом, а прецедентным текстом выступила игра. Лара – определенно культовый персонаж, широко тиражируемый в разных произведениях. В парикмахерском искусстве повсеместно применяется термин *прическа а ля Лара Крофт*, и в данном случае образ не нуждается в декодировании. Лара прежде всего боец, прическа в ее стиле – это удобство: волосы убраны от лица, не цепляются, не мешают, туга собраны в хвост или косу.

Популярным источником прецедентности выступают также прецедентные высказывания – реплики героев, фразы из игр, девизы и др. Например, *Press f to pay respect* из

игры «Call of Duty: Advanced Warfare». Этот фразовый прецедент стал символом в интернет-культуре, используемым для выражения соболезнования или уважения в ситуациях реальной жизни. В некоторых случаях просто ставят букву *F*, чтобы выразить сочувствие, сопереживание. Таким образом, мы видим, что буква *F* становится неким символом скорби и сочувствия и используется в широком пространстве виртуального общения. Люди, даже не вовлеченные в игровой мир, знают его значение за счет частого и широкого использования, т.е. *F* выступает как прецедентный фон, который не нуждается в декодировании. Пример прецедентного высказывания мы можем встретить в заголовке обзора фильма о Марио «SORRY, MARIO. YOUR BETTER MOVIE IS IN ANOTHER CASTLE» («Прости, Марио. твой лучший фильм в другом замке»). Данный пример является измененной цитатой и в очередной раз показывает, что оригинал фразы давно вышел в бытовой дискурс и не требует дополнительных пояснений. Еще одним ярким примером фразы из игры, ставшей крылатой, служит проникновенный монолог о фантомных болях из игры «Metal Gear Solid»: *Why are we still here? Just to suffer?* Он нашел отражение не только в многочисленных мемах, но и в прецедентных высказываниях, например, в публицистике: «*We Still Here: Pandemic, Policing, Protest, and Possibility Paperback – November 10, 2020*». В названии статьи присутствует лишь фрагмент прецедентной фразы, фрагмент о страданиях лишь предполагается, но не вызывает сомнения, что перечисленные явления, связанны с негативными эмоциями.

Выражение «*The cake is a lie*» в названии пива – это, очевидно, игра на контрасте – неожиданный эффект от картинки с малиновым кексом на банке с пивом, имеющим вкус малинового киселя. В известной игре эта фраза используется в конце, когда цель, казалось бы, достигнута, но обещанный приз – пирог – оказывается обманом.

Поскольку современные компьютерные игры представляют собой креолизованные тексты, в качестве прецедентов выступают не только текстовые элементы, но, например, и аудиотреки. Так, знаменитая тема из игры «The Legend of Zelda» («Решение головоломки») звучит, когда Линк разгадывает головоломку или обнаруживает секретную комнату. Быстрая мелодия стала синонимом чувства открытия и триумфа, была использована в нескольких телешоу и фильмах. В шоу «The Big Bang Theory», в эпизоде «The Love Car Displacement» (сезон 4, эпизод 13), эта музыка звучит как рингтон на телефоне Шелдона Купера, подчеркивая характер персонажа, особенности его речи, перенасыщенной научной терминологией, его приверженность науке и любовь к решению сложных задач. Это один из множества примеров того, как игровая музыка проникает в популярную культуру и используется для создания определенной атмосферы или для юмористического эффекта.

3. Компьютерно-игровой дискурс как источник вторичных семиотических продуктов

В работах современных лингвистов компьютерная игра рассматривается как креолизованный текст, т.к. ее смысл формируется взаимодействием вербальных и невербальных компонентов. В играх присутствуют текст (диалоги, интерфейс, сюжет), графика, звук, анимация и интерактивность, которые взаимосвязаны и формируют целостное восприятие. Компьютерная игра как разновидность креолизованного текста становится в современном мире богатым источником для создания большого количества всевозможных вторичных семиотических продуктов. По играм пишутся книги, комиксы, снимаются фильмы, создаются косплеи, выпускаются мерчи и т.д. Мерч – сувенирная продукция с символикой игры и, зачастую, с узнаваемой фразой, – например, футболки с изображением известного персонажа из популярной игры «Mortal Kombat».

Некоторые фильмы, основанные на компьютерных играх, становятся настоящими хитами, способными привлечь как старых фанатов, так и новых зрителей. Эти про-

екты умело сочетают уникальные элементы игровой культуры с кинематографическим искусством, создавая захватывающие и запоминающиеся киноленты. Благодаря таким проектам, фильмы по играм продолжают оставаться важным и интересным феноменом в мире кинематографа, продолжая вносить свой вклад в развитие кинематографического и компьютерно-игрового искусства. К наиболее известным фильмам можно отнести фильм «Сайлент Хилл» («Silent Hill»), который основан на популярной серии видеоигр ужасов с тем же названием. Игры серии «Сайлент Хилл» знамениты своей мрачностью и уникальной атмосферой, где игроки исследуют загадочный город, полный темных секретов и монстров. Фильм сохраняет антураж игры, перенося зрителей в мир таинственного и страшного города «Сайлент Хилл», включая текстовые элементы (названия, объявления, имена и т.д.), сюжетные повороты и образы персонажей и монстров. Популярная серия видеоигр «Uncharted» от «Naughty Dog», сосредоточенная на приключениях и археологических открытиях главного героя Натана Дрейка, вдохновила кинематографистов на создание одноименного фильма «Анчартед: На картах не значится», где главный герой перенесен на большой экран с сохранением имени, внешности и речевого поведения.

Зачастую современную культуру называют культурой интерпретаций. Интерпретация становится ключевым элементом в восприятии и создании культурных феноменов. Ярким примером вторичных продуктов можно назвать фанфики – это любительские рассказы, написанные поклонниками по мотивам известного произведения. Игры стали популярным источником вдохновения для подобного рода произведений, например, «Наследство города теней», фанфик по игре «Hidden City», в котором Оливия сталкивается с последствиями аварии и остается с дядей Арманом, собирающим раритетные вещи [10].

Еще одним символом современной культуры является косплей (костюмированная игра) – сравнительно молодой вид субкультуры, родившийся в Японии. Косплей – своего рода театральная постановка с участием героев компьютерных игр. Задачей косплеера является точное соответствие выбранному образу. Здесь важно не только воспроизвести внешность персонажа, но и «прожить» его, передать жесты, манеру речи, характерные для мира и времени выбранного героя, заимствовать характер и речевую партию персонажа из игры.

Подводя итог, следует отметить, что компьютерные игры стали неотъемлемой частью жизни современного социума. Компьютерно-игровой дискурс является частью цифрового дискурса и, обладая характерными для него чертами (тенденцией к сокращению, насыщенностью терминоидами, снижением нормативности, эмоциональностью и др.), представляет собой обширный и самостоятельный пласт речи, выходящий за пределы сообщества геймеров и оказывающий влияние на современную языковую реальность. Это находит отражение в появлении новых слов в языке, развитии у известных слов дополнительных коннотативных значений, формировании корпуса прецедентных текстов, легко декодируемых представителями современного общества, а также в формировании корпуса первичных текстов, выступающих основой для создания различного рода вторичных семиотических продуктов.

Список литературы

1. Богданова К.В. Виды и особенности интертекстуальных включений в современных англоязычных ролевых видеоиграх // Мир науки, культуры и образования. 2017. № 2 (63). С. 325–328.
2. Болотина М.А., Кузьмина Е.В. Лексические проблемы перевода компьютерных игр // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. 2019. № 1. С. 43–50.

3. Бурдыко О.В., Токаревская К.В. Геймерский сленг: переход из виртуального мира в реальный // Тезисы докладов 54-й Междунар. научно-технической конференции преподавателей и студентов (Витебск, 28 апреля 2021 г.). Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2021. С. 21–22.
4. Галичкина Е.Н. Характеристики компьютерного дискурса // Вестник Оренбург. ун-та, 2004. № 10. С. 55–59.
5. Кто такой «нуб»? // Дети MAIL. URL: <https://deti.mail.ru/news/kto-takoj-nub-slovarik-podrostkovogo-slenega-dlya-teh-komu-za-30/?ysclid=mdgioz6xu0743176641> (дата обращения: 16.06.2025).
6. Конрад Джей. Рэд Рэйн. М.: Альпина Паблишер, 2012.
7. Кустарева А.А. Бимодальность в компьютерно-игровом дискурсе // Вестник Томского государственного университета. 2019. № 11. С. 75–78.
8. Металинеарность в виртуальном пространстве // Metalinear-virtuality.ru. URL: <https://www.metalinear-virtuality.ru> (дата обращения: 16.02.2025).
9. Мечковская Н.Б. Игровое начало в современной лингвистике: избыток сил или неопределенность целей? // Логический анализ языка: Концептуальные поля игры // Отв. ред. Н.Д. Арутюнова. М.: Индрик, 2006. С. 30–41.
10. Наследство города теней // ЛИТНЕТ. URL: <https://litnet.com/ru/book/nasledstvo-goroda-tenei-b405682> (дата обращения: 10.07.2025).
11. Систематически и монотонно: что такое «фармить» и когда уместно это слово // Вечерняя Москва. 30 марта. URL: <https://dzen.ru/a/Z-IDvqLI1EvFbSL> (дата обращения: 16.06.2025).
12. Харлашкин М.Н. «Чужое слово» в англоязычных компьютерных играх // Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2018. № 2 (30). С 91–95.
13. Часовский П.В. Языковая личность геймера: психолингвистическая парадигма // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 37 (328). С. 110–113.
14. Что такое рейд в соцсетях. От онлайн-баталий до мира технологий // graph.org. URL: <https://telegra.ph/CHto-takoe-rejd-v-socsetyah-CHto-takoe-rejd-ot-onlajn-batalij-do-mira-tehnologij-07-06?ysclid=mdgi4tou9e389718070> (дата обращения: 12.07.2025).
15. Bogost I. *Persuasive games: The expressive power of videogames*. Boston Review. 2007. <https://doi.org/10.7551/mitpress/5334.001.0001> (дата обращения: 21.07.2025).
16. Gee J. P. What Video Games Have to Teach us about Learning and Literacy? Computers in Entertainment (CIE). 2003. 1, 20-20. <http://dx.doi.org/10.1145/950566.950595> (дата обращения: 18.07.2025).
17. Cambridge English Dictionary // URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/> (дата обращения: 16.07.2025).
18. Talk:Nonplayer character // Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Talk:Non-player_character (дата обращения: 16.07.2025).
19. URL:<https://www.businessblog.com/> (дата обращения: 16.06.2025).
20. URL: <https://www.fashionblog.com> (дата обращения: 16.07.2025).
21. URL: <https://www.startupblog.com/> (дата обращения: 15.06.2025).

* * *

1. Bogdanova K.V. Vidy i osobennosti intertekstual'nyh vklyuchenij v sovremennoj angloyazychnyj rolevyh videoigrah // Mir nauki, kul'tury i obrazovaniya. 2017. № 2 (63). S. 325–328.
2. Bolotina M.A., Kuz'mina E.V. Leksicheskie problemy perevoda komp'yuternyh igr // Vestnik Baltijskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta. Seriya: Filologiya, pedagogika, psihologiya. 2019. № 1. S. 43–50.
3. Burdyko O.V., Tokarevskaya K.V. Gejmerskij sleng: perekhod iz virtual'nogo mira v real'nyj // Tezisy dokladov 54-j Mezhdunar. nauchno-tehnicheskoy konferencii prepodavatelej i studentov (Vitebsk, 28 aprelya 2021 g.). Vitebsk: Vitebskij gosudarstvennyj tekhnologicheskij universitet, 2021. S. 21–22.
4. Galichkina E.N. Harakteristiki komp'yuternogo diskursa // Vestnik Orenburg. un-ta, 2004. № 10. S. 55–59.

5. Kto takoj «nub»? // Deti MAIL. URL: <https://deti.mail.ru/news/kto-takoj-nub-slovarik-podrostkovogo-slenga-dlya-teh-komu-za-30/?ysclid=mdgioz6xu0743176641> (data obrashcheniya: 16.06.2025).
6. Konrad Dzhej. Red Rejn. M.: Al'pina Publisher, 2012.
7. Kustareva A.A. Bimodal'nost' v komp'yuterno-igrovom diskurse // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. 2019. № 11. S. 75–78.
8. Metalinearnost' v virtual'nom prostranstve // Metalinear-virtuality.ru. URL: <https://www.metalinear-virtuality.ru> (data obrashcheniya: 16.02.2025).
9. Mechkovskaya N.B. Igrovoe nachalo v sovremennoj lingvistike: izbytok sil ili neopredelennost' celej? // Logicheskij analiz jazyka: Konceptual'nye polya igry // Otv. red. N.D. Arutyunova. M.: Indrik, 2006. S. 30–41.
10. Nasledstvo goroda tenej // LITNET. URL: <https://litnet.com/ru/book/nasledstvo-goroda-tenei-b405682> (data obrashcheniya: 10.07.2025).
11. Sistematischeki i monotonno: chto takoe «farmit» i kogda umestno eto slovo // Vechernyaya Moskva. 30 marta. URL: <https://dzen.ru/a/Z-lDvqLI1EvFbSL> (data obrashcheniya: 16.06.2025).
12. Harlashkin M.N. «Chuzhoe slovo» v angloyazychnyh komp'yuternyh igrakh // Vestnik MGPU. Seriya: Filologiya. Teoriya jazyka. Yazykovoe obrazovanie. 2018. № 2 (30). C. 91–95.
13. Chasovskij P.V. Yazykovaya lichnost' gejmera: psiholingvisticheskaya paradigma // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. 2013. № 37 (328). S. 110–113.
14. Chto takoe rejd v socsetyah. Ot onlajn-batalij do mira tekhnologij // graph.org. URL: <https://telegra.ph/CHto-takoe-rejd-v-socsetyah-CHto-takoe-rejd-ot-onlajn-batalij-do-mira-tehnologij-07-06?ysclid=mdgi4tou9e389718070> (data obrashcheniya: 12.07.2025).



Computer-game discourse in the context of active processes in modern linguistic space (based on the material of Russian and English languages)

The computer-game discourse as the component of computer discourse, having the specific features, is considered. The results of the influence of computer-game discourse on the modern linguistic space are analyzed. It is concluded that the computer-game discourse is considered as the source of neologisms and precedent phenomena and the computer games are the basis for the creation of a wide variety of foreign semiotic products.

Keywords: computer-game discourse, gamer community, modern linguistic space, semantic derivation, precedent phenomena, secondary semiotic product.

(Статья поступила в редакцию 15.08.2025).

О.Д. ШМЕЛЕВА
Волгоград

ВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ЭМОТИВНОСТИ В КИТАЙСКОЙ МЕДИАРЕКЛАМЕ ТОВАРОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Анализируются вербальные средства выражения эмотивности в китайской медиарекламе товаров для детей, реализующие суггестивную функцию: лексико-стилистические, морфологические, синтаксические.



Ключевые слова: медиареклама, эмотивность, лексико-стилистические языковые средства, морфологические языковые средства, синтаксические языковые средства.

Исследование посвящено изучению вербальных средств выражения эмотивности в китайской медиарекламе товаров для детей. Под *медиарекламой* мы понимаем рекламу, которая направлена на распространение и внедрение товаров и услуг различных категорий и брендов через определенные каналы связи: печать, радио, телевидение и Интернет.

Эмоциональность рекламных текстов способствует позитивному восприятию их содержания, оказывает положительное воздействие на адресата. Языковые средства выражения эмотивности выступают одним из главных способов реализации суггестивной функции медиарекламы.

Прежде чем приступить к анализу языковых средств выражения эмотивности в китайской медиарекламе товаров для детей, дадим определение данному понятию. Эмотивность – это «имманентное свойство языка выражать психологические (эмоциональные) состояния и переживания человека через особые единицы языка и речи – эмотивы» [4, с. 5].

Л.А. Пиотровская определяет эмотивность как функцию языковых единиц, связанную с выражением эмоционального отношения говорящего к объективной действительности [2].

Как известно, эмотивность понимается учеными в узком и широком смыслах. В узком смысле «этот категория соотносится с эмотивной лексикой и отождествляется или с коннотацией в целом <...> или с каким-либо из компонентов коннотации. При широкой трактовке категория эмотивности охватывает все языковые средства отображения эмоций и эмоциональных характеристик языковой личности (ее эмоциональные состояния и отношения к отражаемому миру) и делает возможным существование эмоциональной коммуникации» [1, с. 15].

В.Н. Телия полагает, что «категория “эмотивность” связана с эмоциональной сферой психики и соотносится по содержанию с определенными типами эмоций – чувствотношений, которые мы определяем в диапазоне одобрительной или неодобрительной реакции на обозначаемое» [3, с. 129].

Для исследования вербальных средств выражения эмотивности в китайской медиарекламе товаров для детей целесообразно сформулировать собственное определение данного понятия. Под эмотивностью мы понимаем категорию, которая при помощи имплицитных и эксплицитных языковых средств может реализовываться в медиатекстах разных уровней, формируя эмотивный фон рекламного медиатекста. Данная категория является основополагающей в процессе создания яркого и эмоционального рекламного текста с целью непосредственного воздействия на адресата.

Красочная, запоминающаяся медиареклама способствует успешному продвижению рекламируемой продукции, причем ее вербальная и невербальная составляющие

**ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ
И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА**

должны создаваться с учетом разнообразных интересов, потребностей и мотивации адресата, реклама должна вызывать у адресата положительные эмоции.

Целью данной статьи является выявление и анализ наиболее эффективных языковых средств выражения эмотивности в китайской медиарекламе товаров для детей. В качестве материала для анализа использованы 58 текстов печатной медиарекламы детских товаров и услуг, отобранных методом сплошной выборки.

Анализ фактического материала показывает, что реклама детских товаров является очень популярной в современном мире. В Китае очень трепетно относятся к семье, особенно к старшему поколению и детям. С древних времен семейные ценности выступали основополагающим звеном китайского общества. Многие конфуцианские доктрины также основаны на семейных ценностях и традициях, например, сыновья почтительность, уважение к старшим, забота о пожилых родителях, семейная гармония и др.

Родители в Китае стремятся воспитать успешного, образованного, уверенного в себе человека, поэтому дети растут, как правило, в строгости и жесткой дисциплине.

Китайская медиареклама детских товаров адресована и детям, и взрослым. Ребенок должен захотеть приобрести рекламируемый товар, а родители должны поверить в необходимость его покупки.

Анализ нашего материала позволил выявить следующие языковые средства эмотивности в текстах медиарекламы детских товаров:

- 1) морфологические средства (наземательные части речи: личные и указательные местоимения; служебные части речи: союзы, предлоги; модальные частицы);
- 2) синтаксические средства (обращения, восклицательные и вопросительные предложения, пассивные конструкции, эллипсис, инверсия и др.);
- 3) лексико-стилистические средства (архаизмы, сленгизмы, метафоры, гиперболы, олицетворения и др.);
- 4) фонетические средства (звукоподражания).

Морфологические средства

Личные местоимения

垃圾食品我不吃 (*Я не ем фастфуд*) – реклама для детей, в которой описывается вред от употребления в пищу фастфуда. Личное местоимение 我 создает эффект присутствия адресанта.

Предлог

食品安全从我做起 (*продовольственная безопасность начинается с меня*); 孩子从小脾胃好吃饭不用追着跑 (*селезенка и желудок с детства в порядке, не нужно бегать за ребенком, чтобы он поел*) – реклама правильного питания.

Союз

奥利奥与你玩儿在一起 (*Oreo поиграет с тобой вместе*) – реклама печенья «Орео».

Модальные частицы

美味零食促销打折活动啦 (*скидки способствуют продаже снеков*) – реклама детских снеков. В тексте рекламы используется модальная частица 哟, которая придает тексту выразительность и эмоциональность, способствуя привлечению внимания адресата и подчеркивая категоричность действия.

好好吃哦 (*вкусно-превкусно*) – реклама детского лакомства. В данном примере модальная частица 哟 придает дружеский оттенок высказыванию и побуждает адресата приобрести рекламируемое лакомство.

Синтаксические средства

Вопросительные предложения

孩子使用电子产品该如何看待? (*Как ребенок должен обращаться с техникой?*) – реклама электронных приборов. Вопросительные предложения в рекламном медиатексте придают естественности коммуникации между адресантом и адресатом, повышая адресность рекламного материала.

五花八门的“儿童食品”你知道吗? (*Разнообразные детские товары, ты знал?*) – реклама магазина, в котором представлен широкий ассортимент детских товаров.

Вопросительные предложения часто представляют собой риторические вопросы и служат средством укрепления взаимосвязи между адресатом и адресантом, делая медиатекст более выразительным и запоминающимся.

Восклицательные предложения

虾皇饺, 虾更多! (*Пельмени с креветками, еще больше креветок!*)

这些食品中含有DHA为了宝宝赶快收藏! (*Эти продукты содержат витамин DHA с Омегой 3, который быстро усваивается ребенком!*). В данных рекламных медиатекстах восклицательные предложения обладают эмотивной интенцией и указывают на важность рекламной информации.

Обращение

小朋友们来长隆一起探索动物奥秘吧 (*Маленькие друзья, приходите в парк «Чэнлон», и мы вместе исследуем тайны животного мира*) – реклама развлекательного парка «Чэнлон». Обращение 小朋友们 (*маленькие друзья*), призвано усилить психологическое воздействие на адресата, устанавливая дружеский контакт с потенциальным клиентом.

Лексико-стилистические средства

Гипербола

无穷的动手乐趣; 无与伦比的成就感 (*Бесконечное занятие для рук, ни с чем не сравнимое чувство успеха*) – реклама детской игрушки-конструктора. Гипербола используется для усиления привлекательности товара. Акцент сделан на том, что собирать робота весьма увлекательно, а результат вызывает чувство восторга.

天地壹号 (*Номер один на всей планете*) – реклама детского сока. При помощи гиперболы у адресата повышается мотивация к покупке данного товара, создается впечатление, что рекламируемый сок действительно является лучшим.

Повтор

儿童喜欢饼干, 儿童喜欢饼干 (*Дети любят печенье, дети любят печенье*) – реклама детского печенья. Повтор речевого элемента усиливает степень воздействия на адресата и придает высказыванию дополнительную экспрессивность.

Метафора

小天才: 电话手表 (*Маленький гений: смарт-часы*) – реклама «умных» часов. В данном примере метафора имплицитно влияет на потребителя, побуждая его приобрести рекламируемый товар. Метафора, обращенная к ребенку, не может не вызвать положительных эмоций у адресата.

随时开启知识大门 让孩子学不释手 (*Открывайте дверь в мир знаний, позвольте ребенку учиться не отступая*) – реклама обучающей интерактивной доски.

小大夫 (*Маленький доктор*) – детская мазь для лечения опрелостей у маленьких детей.

В текстах медиарекламы товаров для детей метафора имеет разнообразные коннотативные оттенки, передает различные эмоциональные характеристики: 小鬼 (*чертёночок*) – ласковое отношение к детским шалостям и капризам, 小天才 (*маленький гений*) – восхищение одаренностью и интеллектуальной активностью детей. Метафора, как правило, имеет положительную коннотацию, передает особое отношение производителя товара к детской аудитории.

Параллелизм

孩子的魔法棒 / 家长的好帮手 (*Палочка-выручалочка для детей, рука помощи для родителей*) – реклама услуг инновационного обучения.

宝宝不闹, 妈妈放心 (*Ребенок спокойный, и мама спокойна*) – реклама лекарственного препарата для детей.

Параллелизм используется для установления психологического контакта с адресатом. Благодаря данному стилистическому приему рекламный медиатекст становится более ритмичным, эмоциональным и лаконичным.

Олицетворение

孩纸眼睛的小卫士(*Охранник детских глазок*) – реклама компании по производству настольных ламп для школьников. Под словом 小卫士 (охранник) подразумевается настольная лампа. С помощью олицетворения акцентируется внимание адресата на положительных характеристиках рекламируемого товара, детей предупреждают, что чтение в темноте вредит зрению.

母婴用品放心购五折大礼等你来拿 (*Пятидесятипроцентная скидка на товары для матери и ребенка ждет тебя*). В данном случае при помощи олицетворения создается иллюзия имплицитного присутствия адресанта.

胃病说再见 (*Скажи болезни желудка: «Пока»*) – реклама детского лекарственного препарата от заболеваний желудка.

Таким образом, олицетворение употребляется в медиарекламе детских товаров как прием наглядной демонстрации надежности, положительного отношения изготовителя товаров к ребенку.

Фонетические средства

Звукоподражание

- 哇哈哈 (*wa hāhā*) – звукоподражание смеху – реклама детского йогурта;
- 呼噜噜 (*hūlū lū*) – звукоподражание храпу – реклама компании по производству подушек;
- 喵呜 (*miāo wū*) – звукоподражание мяуканью котенка – реклама интерактивной доски в форме котенка.

В данных примерах звукоподражание используется для привлечения внимания потенциального покупателя.

Наш анализ показал, что наиболее эффективными языковыми средствами выражения эмотивности в китайской медиарекламе товаров для детей являются лексико-стилистические средства. Для наглядности результаты представлены в круговой диаграмме, которая отображает процентное соотношение частоты использования языковых средств выражения эмотивности.

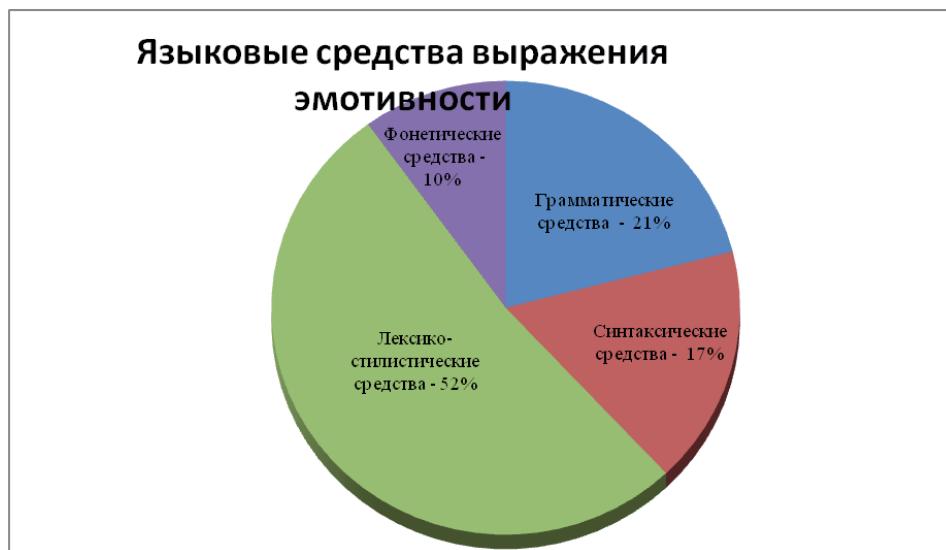


Рис. Языковые средства выражения эмотивности.

Диаграмма показывает, что процент расхождения между грамматическими (21%), синтаксическими (17%) и фонетическими (10%) средствами выражения эмотивности незначителен. Доминирующими выступают лексико-стилистические средства (52%). За счет использования различных средств выражения эмотивности рекламный медиатекст становится более ярким, эмоциональным и запоминающимся. Стилистически окрашенный текст медиарекламы способствует усилению ее эффективности, а грамотное и рациональное использование стилистических средств влияет на формирование положительного мнения о рекламируемом товаре.

Список литературы

1. Зотова А.Б. К вопросу о соотношении категорий «эмоциональность», «эмотивность», «экспрессивность» // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2010. Т. 50. № 6. С. 14–17.
2. Пиотровская Л.А. Взаимодействие эмоциональной и рациональной оценки в процессе порождения речи // Русский язык: исторические судьбы и современность: III Международный конгресс исследователей русского языка: Труды и материалы / сост. М.А. Ремнева, А.А. Поликарпов. М.: МАКС Пресс, 2007. С. 28–29.
3. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц: Монография. М.: Наука, 1986.
4. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций: Монография. М.: Гнозис, 2008.
5. 中国儿童食品广告图片 // URL: <https://image.baidu.com/search/index?tn=baiduimage&ipn=r&ct=201326592&cl=2&lm=&st=1&fm=index&fr=&hs=0&xhttps=111110&sf=1&fmq=&pv=&ic=0&nc=1&z=&se=&showtab=0&fb=0&width=&height=&face=0&istype=2&ie=utf-8&word=中国儿童食品广告图片> (дата обращения 24.04.2025).

* * *

1. Zotova A.B. K voprosu o sootnoshenii kategorij «emocional'nost'», «emotivnost'», «ekspressivnost'» // Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. 2010. T. 50. № 6. S. 14–17.
2. Piotrovskaya L.A. Vzaimodejstvie emocional'noj i racional'noj ocenki v processe porozhdeleniya rechi // Russkij jazyk: istoricheskie sud'by i sovremennost': III Mezhdunarodnyj kongress issledovatelej russkogo jazyka: Trudy i materialy / sost. M.A. Remneva, A.A. Polikarpov. M.: MAKS Press, 2007. S. 28–29.
3. Teliya V.N. Konnotativnyj aspekt semantiki nominativnyh edinic: Monografiya. M.: Nauka, 1986.
4. Shahovskij V.I. Lingvisticheskaya teoriya emocij: Monografiya. M.: Gnozis, 2008.



The verbal means of expressing emotivity in the Chinese media advertisement of children products

The verbal means of expressing emotivity in the Chinese media advertisement of children products, realizing the suggestive function (lexical and stylistic, morphological and syntactical), are analyzed.

Keywords: *media advertisement, emotivity, lexical and stylistical language means, morphological language means, syntactical language means.*

(Статья поступила в редакцию 17.06.2025).

О.Н. ТЮТЮНОВА
Волгоград

**СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ САТИРЫ
(на примере телевизионных развлекательных шоу на немецком языке)**

Рассматриваются лингвостилистические средства выражения политической сатиры в современных немецкоязычных телевизионных развлекательных шоу. Анализируются различные языковые приемы, которые усиливают эмоциональное воздействие на аудиторию и позволяют акцентировать внимание зрителей на актуальных проблемах.

Языковые примеры сопровождаются комментариями страноведческого характера.



Ключевые слова: политический дискурс, политическая сатира, ирония, развлекательное шоу.

Политическая сатира, ставшая особым жанром в современном медиапространстве, играет одну из ключевых ролей в формировании общественного мнения и критике политических решений и процессов, например, в эпоху глобальных кризисов и распространения всеобщего недовольства граждан. В последние десятилетия развлекательные телевизионные шоу все чаще используют элементы сатиры для привлечения внимания телевизионной аудитории к назревшим в стране социально-политическим вопросам. В условиях растущей поляризации общества и усиления влияния СМИ на политические процессы механизмы воздействия политической сатиры и юмора на аудиторию в все чаще становятся предметом научных исследований (Н.С. Адвокачев, М.Б. Ворошилова, Л.И. Белова, Ю.М. Сергеева, Е.А. Уварова, Д.А. Орлов, В.А. Безруков, А.В. Филиппова, С.В. Сакулин).

Политическая культура Германии отличается сравнительно высокой степенью разнообразия и открытости, поэтому в немецких развлекательных телешоу часто присутствует смелая политическая сатира, что весьма привлекательно для лингвистических исследований. Вопрос о воздействии политической сатиры на общественное восприятие политических процессов в Германии, поднимаемый в настоящей статье, весьма важен, т.к. развлекательные телевизионные шоу нередко используются в качестве механизмов информирования и активизации инициативных граждан. В данных положениях обоснована актуальность предлагаемого исследования.

В фокусе нашего внимания находится политическая сатира, представленная в формате современных телевизионных развлекательных шоу на немецком языке, регулярно транслируемых государственными телеканалами ФРГ.

Целью исследования является анализ лингвостилистических средств выражения политической сатиры в немецких развлекательных шоу, используемых для оказания эмоционального воздействия на телевизионную аудиторию.

Политическая сатира представляет собой специфическую форму общественно-политической коммуникации, которая сочетает в себе элементы критики, юмора и иронии. Она служит эффективным инструментом выражения накопившегося недовольства и зачастую беспощадной критики в адрес современных политических лидеров и представляемых ими институтов, способствуя тем самым более глубокому пониманию актуальных политических процессов. Существующие в лингвистике теоретические положения, определяющие роль сатиры в обществе, подчеркивают ее способность снижать возникшую социальную напряженность и способствовать более открытому обсуждению сложных вопросов [6].

Говоря о жанровых особенностях развлекательных телевизионных передач, нельзя не заметить их своеобразия, заключающегося в сочетании элементов комедии и информирования. Согласно ставшей популярной теории культивации Джорджа Гербнера, все медиа, включая сатирические программы, могут формировать у аудитории определенные установки и убеждения. Немецкие развлекательные шоу позволяют донести до широкой аудитории сложные политические темы в форме, кажущейся на первый взгляд примитивной. Проведенное исследование показывает, что такой понятный и легкий для восприятия формат повышает уровень политической осведомленности граждан, особенно молодежи, и способствует их вовлеченности в политику [4]. Из этого следует, что можно говорить о политической сатире как инструменте социализации, формирования критического мышления и политической культуры. Кроме того, она выполняет образовательную функцию, способствуя формированию активной гражданской позиции, помогает зрителям развивать навыки анализа и оценки политической информации, что является важным признаком демократического общества. Таким образом, названные теоретические положения подчеркивают значимость политической сатиры как инструмента критического осмысливания политической действительности и активизации гражданского участия.

Рассмотрим лингвостилистические средства политической сатиры в телевизионных шоу, акцентирующие внимание на недостатках политических деятелей и противоречиях в существующей политической системе в целом.

Выявленные нами примеры политической сатиры различаются тематически. Они касаются важных нововведений внутри страны, связанных с изменениями в мировой геополитике. Данные реформы приходятся на эпоху новоизбранного канцлера ФРГ Фридриха Мерца, вступившего в должность весной 2013 г. Он назвал приоритетом своего правительства преобразование вооруженных сил страны в самую сильную армию Европы и возвращение к практике обязательного призыва на военную службу. Приведем отрывок из выступления комика Олафа Шуберта из выпуска «Der ZDF Comedy Sommer – Stand-up-Comedy», где речь идет о восстановлении воинской повинности в Германии, которую отменили в 2011 г.:

Das eigentliche Verteidigungsbollwerk, unsere Bundeswehr, unsere Truppe, die ist natürlich nicht so direkt gut aufgestellt. Vieles ist kaputt und weg oder weg und kaputt. Also, wenn jetzt die Rote Armee, wenn die jetzt wirklich bis nach Berlin durchmarschieren wollte... Das einzige, wie sich die Bundeswehr verteidigen könnte, das wäre, indem sie in Polen die Straßenschilder vertauschen. Das Hauptproblem, und da sind wir bei der Wehrpflicht, ist natürlich das Personal. Es mangelt also an Rekruten und Rekrutinnen. Man versuchte immer, durch Werbung Leute zu locken. Aber selbst wenn jemand will, die können ja auch nicht alle alle nehmen. Die Kandidaten, die dürfen jetzt nicht komplett rechtsradikal sein. Da wird's bei uns in Sachsen schon mal schwer. Aber natürlich gibt es auch andere Kriterien. Es ist ja so, dass auch eine gewisse Vitalität eingefordert wird. Man sollte gewisse sportliche Parameter erfüllen. Da gibt es Tests, aber da fallen auch viele Kandidaten durch Rost oder bleiben stecken. Oder viele sind auch Allergiker. Auch ein Riesenthema. Die Bundeswehr brauchst du ja gar nicht mit Waffen anzugreifen. Die sind ja alle laktoseintolerant. Da rennst du einmal mit Schlagsahne durch die Kaserne, da liegt der ganze Laden flach [10].

Данное выступление иллюстрирует видение актуальной ситуации в сатирическом ключе. Например, автор в сослагательном наклонении представляет возможный вариант защиты страны от внешнего врага и указывает на слабосилие и неспособность условно набранных в армию рекрутов ввиду отсутствия необходимой физической кондиции или их радикальных взглядов и принадлежности к ультраправой популистской идеологии. В приведенном примере комик удачно совместил две горячо обсуждаемые в Германии темы: альтернативные стили питания, например, наряду с вегетарианством и веганством, различные диеты при непереносимости лактозы и лидерство

партии «Альтернатива для Германии» на выборах в восточных землях страны. В тексте используются разнообразные стилистические приемы: метафора (*Bollwerk*), хиазм (*kaputt und weg oder weg und kaputt*), фразеологизм (*durch den Rost fallen*), игра слов (*durch Rost fallen oder stecken bleiben*); морфологические и лексические интенсификаторы (*Hauptproblem, Riesenthema, natürlich, komplett, gar nicht*); синтаксические выразительные средства, – такие как пролепсис (*Die Kandidaten, die dürfen jetzt ...*), парентеза (*Das Hauptproblem, und da sind wir bei der Wehrpflicht, ist natürlich das Personal*) и эллипсис (*Auch ein Riesenthema*); сниженная лексика с маркировкой *salopp* (*Laden, flachliegen*). Все названные стилистические приемы делают речь динамичной, сжатой и экспрессивной, выраженную в ней критику доступной и запоминающейся, а также служат средством создания эффекта подчеркнутой небрежности, несмотря на важность обсуждаемой проблемы. Выступающий перед публикой сатирик намекает на то, что правительство с опозданием определило названные стратегические и долгосрочные цели, т.к. ресурсы для их достижения исчерпаны, и на этом фоне амбиции политиков выглядят нелепо. Показанный контраст между заявленными целями и реальными возможностями усиливает критическое восприятие, что позволяет зрителям не только развлечься, но и задуматься о серьезных политических и социальных вопросах.

В следующем примере из телевизионного шоу «Extra 3» обсуждается первый официальный визит канцлера Ф. Мерца в США. Зная о непредсказуемости и сложном характере американского президента, авторы иронизируют по поводу напряжения в команде Ф. Мерца и тщательнейшим образом проведенной подготовки к встрече с Д. Трампом. Иронические высказывания направлены в адрес бундесканцлера в связи с отсутствием солидности, дипломатической гибкости и необходимой быстроты реакции в диалоге с политическими тяжеловесами. Кроме того, объектом сатиры становится премьер-министр Баварии и лидер ХСС Маркус Зедер, создавший себе образ бесцеремонного, слишком прямолинейного политика, всегда желающего находиться в центре внимания:

Alle im Team Merz waren angespannt vor diesem heiklen Termin. Neben der üblichen Delegation waren dabei: ein Stilberater, eine Verfassungsrechtlerin, eine Maskenbildnerin, ein Krisenkommunikator und ein Wrestling-Trainer. Und ein Orthopäde, falls der Wrestling-Trainer versagt. Hinter dem Treffen steckt wochenlange Vorbereitung. Man hat Merz zum Proben sogar einen egomanen und populistischen Stinkstiefel zur Verfügung gestellt. Einen Schauspieler? Nein, die Union hat gedacht: Wir sparen das Geld, der Söder macht's umsonst [11].

Утверждение о наличии в команде канцлера ФРГ специалистов из разных областей знания, в том числе спортсменов и ортопедов, сделано в гротесковом стиле. Такой пример не просто преувеличения, а намеренного искажения реальности и доведение ее до абсурда эффективно подчеркивает мнение автора о чрезмерности предпринятых мер и желание обрести политическую силу при ограниченном выборе средств самовыражения.

Среди языковых приемов, обеспечивающих усиление эмоционального воздействия, придающих оттенок фамильярности и указывающих на неприязнь, отметим использование оценочных эпитетов (*angespannt, egoman, populistisch*), перечисление с градацией (*ein Stilberater, eine Verfassungsrechtlerin, eine Maskenbildnerin, ein Krisenkommunikator und ein Wrestling-Trainer und ein Orthopäde*), вульгаризма (*Stinkstiefel*), употребление определенного артикля перед именем собственным (*der Söder*).

С приходом нового правительства основное внимание в Германии уделяется укреплению экономики страны. Пересмотрены и запланированы различные меры, направленные на выход из сложившегося кризиса. Проекты предыдущего руководства утратили значимость и подверглись диаметрально противоположным оценкам. Ярким примером сказанному являются рассуждения ведущего сатирического телевизионного шоу

«Extra 3». Обсуждаются правительственные меры по защите окружающей среды и связанные с ними строгие предписания и обязательства, которые ранее должны были исполняться гражданами ФРГ, такие как отказ от газового отопления в пользу тепловых насосов или установка новых систем отопления, использующих возобновляемую энергию. Ведущий развлекательного шоу отмечает:

Klimaschutz spielt kaum noch eine Rolle. Wirtschaft ist wichtig. Es geht um Investitionsbooster und Steuererleichterungen. Klima ist abgemeldet. Endlich wieder Normalität, nachdem ja Klimaschutz in den vergangenen Jahren betont, vielleicht überbetont wurde. Ja, das war kompletter Wahnsinn. Jahrelang wurde nur Klimaschutz gemacht. Die ganze Ampelzeit, die Regierung Merkel – immer nur Klima, Klima, Klima. Olaf Scholz, das war die hanseatische Greta Thunberg. Merkel war bei Anti-Braunkohle-Demos im Hambacher Forst dabei. Die Verkehrsminister: Dobrindt, Scheuer, Wissing. Wir dachten das sind Loser, die ihren Stuhl nicht räumen. Nein, Die konnten nicht weg, das waren heimliche Klimakleber. Die neue Regierung setzt auf Vernunft. Das verhasste Heizungsgesetz will Katherina Reiche abschaffen. Von Wärmepumpen hält die Regierung nicht viel [11].

Энтузиазму и амбициозности новой команды правительства противопоставлены язвительная и насмешливая критика действий политиков, их непоследовательности, двойственности их принципов. Стилистически сатира реализуется в примерах с использованием иронии, гипербол, сравнений, лексических повторов и слов-реалий.

Резкое изменение политического курса и отказ от продолжения реализовывать экологические проекты, по мнению сатирика, доказывают несостоятельность и некомпетентность новых министров. Это утверждение иллюстрируется занимательной математической задачей:

Und jetzt die Rechenaufgabe. Wenn man 2045 klimaneutral sein will: Wie viele Gas- und Ölheizungen, die 25 Jahre laufen, sollte man jetzt noch einbauen? Wer es ausrechnen kann, kriegt eine Eins. Wer nicht, einen hohen Posten im Wirtschaftsministerium [11].

В заключение ведущий сатирической телепередачи отмечает: *Bei der Union ist vieles erneuerbar. Die Haltung zur Schuldenbremse: kann man erneuern. Die Haltung zur Brandmauer: erneuerbar. Was sie nicht mögen, ist erneuerbare Energie [11].* В игре слов (*erneuern, erneuerbar* – о взглядах современных политиков и источниках энергии) реализуются комическая, экспрессивная и воздействующая функции.

Исследование особенностей политической сатиры на примере развлекательных телевизионных передач на немецком языке позволяет сделать следующие выводы: политическая сатира выполняет не только развлекательную, но и образовательную функцию. Она является мощным инструментом формирования общественного мнения, способствует лучшему пониманию политических событий и более открытому обсуждению сложных и актуальных вопросов, предоставляя аудитории возможность критически оценивать политические решения, процессы и фигуры. Разнообразные стилистические приемы, такие как гипербола, ирония, игра слов и повторы, усиливают эмоциональное воздействие на зрителей, стимулируя общественное обсуждение.

Список литературы

1. Авдокачев Н.С. Средства выражения сатиры и юмора в политическом дискурсе // Вестник науки. 2022. № 1 (46). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-vyrazheniya-satiry-i-yumora-v-politicheskem-diskurse> (дата обращения: 07.07.2025).
2. Белова Л.И. Деструктивные и конструктивные функции юмора (социологический аспект) // Вестник ЮУрГУ. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2012. № 32. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/destruktivnye-i-konstruktivnye-funktsii-yumora-sotsiologicheskiy-aspekt> (дата обращения: 07.07.2025).

3. Ворошилова М.Б. Кризис сквозь смех: метафорический образ мирового кризиса в русской политической карикатуре // Политическая лингвистика. 2010. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/krizis-skvoz-smeh-metaforicheskiy-obraz-mirovogo-krizisa-v-russkoy-politicheskoy-karikature> (дата обращения: 07.07.2025).
4. Кирия И.В. Теория культтивации // Большая российская энциклопедия: научно-образовательный портал. URL: <https://bigenc.ru/c/teoriia-kul-tivatsii-6f2e00/?v=9016508> (дата обращения 07.07.2025).
5. Орлов Д.А., Безруков В.А. Феномен политической сатиры и проблемы перевода (на материале сериала «Yes, Minister!») // Вестник ВятГУ. 2014. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-politicheskoy-satiry-i-problemy-perevoda-na-materiale-seriala-yes-minister> (дата обращения: 07.07.2025).
6. Политическая сатира // Academic.ru. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1100039> (дата обращения: 07.07.2025).
7. Сакулин С. В. Политический юмор – актуальная технология убеждающей коммуникации // Постсоветский материк. 2021. № 4 (32). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskij-yumor-aktualnaya-tehnologiya-ubezhdayuschej-kommunikatsii> (дата обращения: 07.07.2025).
8. Сергеева Ю.М., Уварова Е.А. Юмор как инструмент социального взаимодействия в эпоху глобальных катастроф (на материале интернет-мемов на тему covid-19) // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2021. № 4 (43). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yumor-kak-instrument-sotsialnogo-vzaimodeystviya-v-epohu-globalnyh-katastrof-na-materiale-internet-memov-na-temu-covid-19> (дата обращения: 07.07.2025).
9. Филиппова А.В. Сатира как культурологический концепт в политическом коллаже // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2008. № 86. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/satira-kak-kulturologicheskiy-konsept-v-politicheskem-kollazhe> (дата обращения: 07.07.2025).
10. Der ZDF Comedy Sommer – Stand-up-Comedy // URL: <https://www.zdf.de/play/shows/der-zdf-comedy-sommer-100/der-zdf-comedy-sommer-vom-23-august-2024-100> (дата обращения: 07.07.2025).
11. Extra 3 // ZDF.DE. URL: <https://www.zdf.de/play/magazine/collection-index-page-ard-collection-ard-dxjuomfydzpzag93ojzmotqyodu5zmfknzzjzgi-132/page-video-ard-extra-3-vom-05062025-im-ersten-100> (дата обращения: 07.07.2025).

* * *

1. Avdokachev N.S. Sredstva vyrazheniya satiry i yumora v politicheskem diskurse // Vestnik nauki. 2022. № 1 (46). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-vyrazheniya-satiry-i-yumora-v-politicheskem-diskurse> (data obrashcheniya: 07.07.2025).
2. Belova L.I. Destruktivnye i konstruktivnye funktsii yumora (sociologicheskiy aspekt) // Vestnik YuUrGU. Seriya: Social'no-gumanitarnye nauki. 2012. № 32. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/destruktivnye-i-konstruktivnye-funktsii-yumora-sotsiologicheskiy-aspekt> (data obrashcheniya: 07.07.2025).
3. Voroshilova M.B. Krizis skvoz' smekh: metaforicheskiy obraz mirovogo krizisa v russkoy politicheskoy karikатуре // Politicheskaya lingvistika. 2010. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/krizis-skvoz-smeh-metaforicheskiy-obraz-mirovogo-krizisa-v-russkoy-politicheskoy-karikature> (data obrashcheniya: 07.07.2025).
4. Kiriya I.V. Teoriya kul'tivacii // Bol'shaya rossijskaya enciklopediya: nauchno-obrazovatel'nyj portal. URL: <https://bigenc.ru/c/teoriia-kul-tivatsii-6f2e00/?v=9016508> (data obrashcheniya 07.07.2025).
5. Orlov D.A., Bezrukov V.A. Fenomen politicheskoy satiry i problemy perevoda (na materiale seriala «Yes, Minister!») // Vestnik VyatGU. 2014. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-politicheskoy-satiry-i-problemy-perevoda-na-materiale-seriala-yes-minister> (data obrashcheniya: 07.07.2025).
6. Politicheskaya satira // Academic.ru. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1100039> (data obrashcheniya: 07.07.2025).
7. Sakulin S. V. Politicheskij humor – aktual'naya tekhnologiya ubezhdayushchej kommunikacii // Postsovetskiy materik. 2021. № 4 (32). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskij-yumor-aktualnaya-tehnologiya-ubezhdayuschej-kommunikatsii> (data obrashcheniya: 07.07.2025).

8. Sergeeva Yu.M., Uvarova E.A. Yumor kak instrument social'nogo vzaimodejstviya v epohu global'nyh katastrof(na materiale internet-memov na temu covid-19) // Aktual'nye voprosy sovremennoj filologii i zhurnalistik. 2021. № 4 (43). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yumor-kak-instrument-sotsialnogo-vzaimodeystviya-v-epohu-globalnyh-katastrof-na-materiale-internet-memov-na-temu-covid-19> (data obrashcheniya: 07.07.2025).

9. Filippova A.V. Satira kak kul'turologicheskij koncept v politicheskem kollazhe // Izvestiya RG PU im. A.I. Gercena. 2008. № 86. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/satira-kak-kulturologicheskiy-koncept-v-politicheskem-kollazhe> (data obrashcheniya: 07.07.2025).



***The stylistic peculiarities of political satire
(on the basis of German-language TV entertainment shows)***

The linguostylistic means of expressing the political satire in the modern German-language TV entertainment shows are considered. The different linguistic means, intensifying the emotional impact on the audience and allowing to draw the viewers' attention to the urgent issues, are analyzed.

The linguistic examples are guided by the commentaries of national studies' nature.

Key words: political discourse, political satire, irony, entertainment show.

(Статья поступила в редакцию 17.07.2025).

E.B. ПЕРМИНОВ
Волгоград

**ИНТРИГУЮЩАЯ КОММУНИКАТИВНАЯ ТАКТИКА В НЕМЕЦКИХ
ИНТЕРВЬЮ: ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ**

Представлены результаты исследования особенностей использования интригующей коммуникативной тактики в текстах немецкоязычных интервью. Выявлена специфика употребления нарративного и синтаксического видов интриг в различных моделях коммуникации. Установлен высокий индекс частотности нарративной интриги в женском коммуникативном поведении.



Ключевые слова: гендер, интервью, коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики, эмоциональность, медиадискурс.

Массмедийный дискурс, активно изучающийся в современной лингвистике, выполняет ряд основных функций: когнитивную (передача новой информации), социальную (влияние на сегмент общества) и функцию эмоционального воздействия (вызов эмоций со стороны адресата) [1, с. 36–42; 2, с. 134–137; 3, с. 38–40; 4, с. 123–133; 5]. Эф-

фективность выполнения этих функций находится в прямой зависимости от качества и структуры информационного материала. Иными словами, для того чтобы произведение массмедиа зафиксировалось в памяти представителя аудитории, получило в его сознании связь с той или иной эмоцией, а также побудило его к действию, оно должно быть актуальным, интересным и интригующим для адресата. С точки зрения психолингвистического подхода и pragmalingвистики, одной из коммуникативных тактик, способных к реализации трех указанных функций, является *интригующая* тактика коммуникации, формирование и выражение которой рассмотрены в нашей статье с позиций гендерного аспекта. Актуальность темы обусловлена не только важностью исследования эффективности массмейдийной коммуникации, но и pragmaticальной значимостью интригующей тактики коммуникации в мужском и женском коммуникативном поведении.

Цель статьи – определение и описание различий в женской и мужской речи при реализации интригующей коммуникативной тактики в текстах интервью немецкоязычных СМИ.

Задачи исследования: 1) установить степень распространенности интригующей коммуникативной тактики в коммуникативном поведении участников немецкоязычных интервью; 2) выявить способы формирования и реализации интригующей коммуникативной тактики в коммуникативном поведении интервьюируемых мужчин и женщин.

Исследовательские методы и приемы – интерпретация, контекстуальный анализ, компонентный анализ, дискурс-анализ, нарративный анализ, сплошная выборка, прием количественного подсчета.

Объект исследования – речевой жанр *интервью* в публицистическом функциональном стиле.

Предмет изучения – проявления интригующей коммуникативной тактики в жанре интервью.

Материалом исследования послужили тексты интервью, опубликованные в немецкоязычных периодических изданиях и на интернет-сайтах Германии: «Glamour» [11], «GQ Germany» [12], «RedaktionsNetzwerk Deutschland» [13], «Rheinische Post» [14], «schoen.frau» [15].

В ходе исследования проанализированы 4 коммуникативные модели, каждой из которых соответствовали 10 изученных текстов интервью.

Доля интригующей коммуникативной тактики в проанализированных текстах интервью является достаточно высокой – 12,93% (152 случая реализации). Подобный индекс частотности использования данной тактики демонстрирует стремление как интервьюеров, так и интервьюируемых сделать публичную беседу интересной и увлекательной для большей части аудитории. Стоит отметить, что анализ коммуникативного поведения участников интервью показал, что в наибольшей степени употребление интригующей коммуникативной тактики характерно для женского коммуникативного поведения как в однородных, так и в разнородных коммуникативных моделях: 48 и 43 примера соответственно.

Основными функциями интриги являются привлечение и фокусирование внимания адресата, а также стимулирование его к интеллектуальной деятельности, направленной на осмысление информации. Чем больше вопросов возникает со стороны коммуниканта, тем более заинтересованным и заинтригованным он считается. Таким образом, об уровне эффективности внедрения интригующей коммуникативной тактики можно судить по количеству реплик-реакций субъекта коммуникации, воспринимающего передаваемое сообщение.

Создание интриги рассматривается на стыке таких научных дисциплин, как лингвистика, нарратология и психология. В нарратологии принято выделять нарративную интригу, т.е. интригу, сформированную порядком эпизодов повествования. С точки зре-

ния лингвистики, принято выделять синтаксическую интригу, которая образуется при помощи особого порядка слов в речевых высказываниях.

Разделение интриги на *нarrативный* и *синтаксический* виды может быть проиллюстрировано количественными показателями, охватывающими обнаруженные проявления интригующей коммуникативной тактики. Статистические данные показывают, что нарративная интрига реализована 94 примерами, а синтаксическая интрига – 58 языковыми единицами.

Согласно нарратологии, в проанализированных текстах интервью можно выделить лишь такой вид нарративной интриги, как *кумулятивная* интрига, которая представляет собой подачу информации, способной вызвать интерес аудитории, в последовательности, ведущей к содержательной кульминации.

Проиллюстрируем механизм создания кумулятивной интриги на примере интервью с немецкой певицей Ниной Чуба (Nina Chuba). В этом интервью интригующий аудиторию тон задается вопросами журналистки Ханны Мэдленер, апеллирующими к таким личным темам, как совет своему двенадцатилетнему «Я» (*Wenn du deinem zwölfjährigen Ich einen Tipp geben könntest, welcher wäre es?* – Если бы ты могла дать своему двенадцатилетнему «Я» совет, что бы это было? – здесь и далее перевод с немецкого наш – Е. П.); источник пополнения жизненных сил (*Was empowert dich?* – Что дает тебе силы?). Указанные темы помогают раскрыть характер интервьюируемой. Кроме того, они наделены положительным эмоциональным компонентом, ведь реплики-реакции певицы содержат перечисление понятий, вызывающих позитивные ощущения (*meine Familie, Sport, Mode*) (моя семья, спорт, мода). От более приятных и легких для раскрытия тем, связанных с личностью участницы интервью, Ханна Мэдленер переходит к более трудным в эмоциональном отношении вопросам, коррелирующим со страхами певицы. Отвечая на них, Нина Чуба повествует о цене успеха. По мнению исполнительницы, именно успех стал источником появления страхов в ее жизни: *Mir machen seit meinem Erfolg viel mehr Dinge Angst als früher* (С тех пор, как я добилась успеха, меня пугает гораздо больше вещей, чем раньше) [8]. Кульминация реализуется советом исполнительницы, адресованным аудитории: *Macht euer Ding, geht euren Leidenschaften nach, egal was andere dazu sagen* (Занимайтесь своим делом, занимайтесь своими страстьюми, что бы ни говорили по этому поводу другие) [Там же]. Данный совет отражает мировоззрение Нины Чуба и является логическим завершением развивавшейся с самого начала интервью интриги.

Исследование показало, что нарративная интрига была наиболее актуальна для коммуникативной модели *женщина (интервьюер)* – *женщина (интервьюируемая)*. Индекс частотности нарративной интриги составил 23,57% среди всех выявленных случаев реализации интригующей тактики. Подобные процентные показатели иллюстрируют стремление женщин к созданию доверительной обстановки не только посредством эмпатии, но и с помощью обеспечения эмоционально насыщенной атмосферы общения.

Обратим внимание на *синтаксическую* интригу. Под синтаксической интригой понимается использование особых синтаксических средств для того, чтобы усилить интерес аудитории. В ходе исследования было выявлено, что данный вид интриги выражается такими стилистическими приемами на уровне синтаксиса, как инверсия и параллелизм.

Инверсия, т.е. изменение порядка слов в предложении, также является средством усиления интриги. Обратим внимание на отрывок из интервью с актрисой Ханной Херцшпрунг, в котором журналист Стефан Стош повествует об успешном прохождении интервьюируемой кастинга на главную роль в фильме: *Nach Worten Ihres Regisseurs waren Sie aber die einzige, <...>: Sie haben ein Blatt Papier komplett vertilgt (Ho, по словам вашего режиссера, вы были единственной <...>: Вы полностью уничтожи-*

ли лист бумаги) [7]. В данном предложении имеет место очень яркий зрительный образ, иллюстрирующий эмоциональное состояние Ханны Херцшпрунг в тот момент, ведь актриса разорвала лист сценария: <...> *Sie haben ein Blatt Papier komplett vertilgt (<...>: Вы полностью уничтожили лист бумаги)*. Подобное поведение актрисы, участвующей в пробах на роль в фильме, вызывает вопросительную реакцию со стороны аудитории. Инверсия в этом высказывании выполняет «подтверждающую» функцию, т.е. верифицирует данный факт позицией режиссера – *nach Worten Ihres Regisseurs (по словам вашего режиссера)*.

В интервью с модельером Сентой Штайнхаузер заинтересованность публики реализуется тремя основными направляющими коммуникации: знакомством с интервьюируемой и раскрытием ее личности посредством актуальных вопросов интервьюера, а также советами и рекомендациями со стороны интервьюируемой по формированию собственного уникального образа, адресованными женской части аудитории. В качестве средства усиления уровня заинтересованности публики используется такой прием, как синтаксический параллелизм. Этот прием наблюдается при повествовании Сентой Штайнхаузер об эмоциональном состоянии женщин, посетивших ее учебные курсы: *Selbstbewusster und stilsicherer – <...> – und damit verbunden ist dann natürlich automatisch auch ein selbstbewussteres Auftreten schlechthin (Более уверенной в себе и уверенной в своем стиле – <...> – и, конечно же, с этим автоматически связано и более уверенное поведение)* [9]. Это предложение строится по схеме сочетания ряда прилагательных с дальнейшим описанием результата. Кроме того, следующее предложение также строится по указанной схеме: *Sie geht nun offener und zielstrebiger, gestärkt durch das zu ihr passende Outfit durch ihren Alltag (Теперь она более открыта и целеустремленна в повседневной жизни, благодаря подходящему ей наряду)* [9]. Таким образом, модельер апеллирует к эмоциям целевой аудитории путем демонстрации чувств третьих лиц. В этом высказывании содержится также и главный посыл для публики. Сента Штайнхаузер неоднократно подчеркивает важность положительных качеств в себе: *selbstbewusster und stilsicherer (более уверенная в себе и в своем стиле), offener und zielstrebiger (более открытая и целеустремленная)*.

Побуждение аудитории к мыслительной деятельности, происходящей параллельно с раскрытием тем интервью, может базироваться также и на применении интервьюируемой личностью риторических вопросов, которые создают эффект недосказанности и не подкреплены точной позицией автора высказывания. К примеру, музыкальный исполнитель Ufo361 при ответе на вопрос интервьюера о смене образа прибегает к использованию данного стилистического средства: *Was spielt das für eine Rolle, dass ich das anziehe? (Какую роль играет, что я надену?)* [10]. В этой коммуникативной ситуации интервьюируемый демонстрирует непонимание смены сценического образа и пытается спрогнозировать возможные последствия. Таким образом, роль эксперта закрепляется за публикой, которая способна выразить свое мнение по данной теме.

Общая доля синтаксической интриги среди всех обнаруженных случаев исследуемой коммуникативной тактики составляет около 30%. Результаты исследования показали, что интрига, создаваемая или усиливающаяся на уровне синтаксиса, является характерной чертой мужской речи: 10,34% – в коммуникативной модели *мужчина (интервьюер) – мужчина (интервьюируемый)*, 8,97% – в модели *женщина (интервьюер) – женщина (интервьюируемый)*.

Стоит отметить, что развитие интриги в коммуникации может быть как длительным (долгосрочным), так и быстрым (краткосрочным). Например, для риторических вопросов характерно усиление интриги в конкретной точке коммуникативного акта, в то время как реализация кумулятивной интриги охватывает более длительный промежуток акта коммуникации и происходит параллельно раскрытию основного содержания пу-

бличной беседы. Разница в индексах частотности между использованием нарративной интриги в коммуникативной модели *женщина (интервьюер) – женщина (интервьюируемая)* и внедрением в высказывания синтаксической интриги в модели *мужчина (интервьюер) – мужчина (интервьюируемый)* может свидетельствовать о том, что мужчины при общении в однородных группах стремятся создать интригу, занимающую минимальный промежуток акта коммуникации. Для женщин, наоборот, характерным является более длительное выражение интриги.

Список литературы

1. Аляева Л.С. Коммуникативные тактики отождествления, солидаризации и оппозиционирования в российских интервью деятелей шоу-бизнеса // Известия Волгоградского государственного социально-педагогического университета. Филологические науки. 2024. № 2 (06). С. 36–42.
2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Флинта: Наука, 2008.
3. Желтухина М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2004.
4. Красавский Н.А. Коммуникативная стратегия дискредитации России в немецких СМИ при освещении событий на Украине (март-май 2022 года) // Казанский лингвистический журнал. 2023. Т. 6 (№ 1). С. 123–133.
5. Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А.Ю. Антоновского. М.: Практис, 2005.
6. Interview Martin Kaltwasser Kunst im sozialen Brennpunkt // Rheinische Post. 27.09.2020. URL: https://rp-online.de/nrw/staedte/duesseldorf/stadtteile/garath/interview-kuenstler-martin-kaltwasser_aid-53283211 (дата обращения: 25.06.2025).
7. Interview mit Schauspielerin Hannah Herzsprung: "Wie weit würden Sie für eine Rolle gehen?" // RedaktionsNetzwerk Deutschland. 06.01.2024. URL: <https://www-rnd-de.cdn.ampproject.org/v/s/www.rnd.de/kultur/interview-mit-hannah-herzsprung-wie-weit-wuerden-sie-fuer-eine-rolle gehen-> (дата обращения: 25.06.2025).
8. Nina Chuba über ihre Musik und Body Image: "Macht euer Ding – egal was andere dazu sagen!" // Glamour. 12.11.2024. URL: <https://www.glamour.de/artikel/nina-chuba-cover-interview-woty-2024> (дата обращения: 25.06.2025).
9. Schön zu sein bedeutet, man selbst zu sein // schoen.frau. 26.07.2024. URL: <https://www.schoenfrau-mag.de/schon-zu-sein-bedeutet-man-selbst-zu-sein> (дата обращения: 25.06.2025).
10. Ufo361: Geboren als Gewinner // GQ Germany. 23.02.2023. URL: <https://www.gq-magazin.de/entertainment/artikel/ufo361-geboren-als-gewinner> (дата обращения: 25.06.2025).
11. Glamour // URL: <https://www.glamour.de/> (дата обращения: 25.06.2025)
12. GQ Germany // URL: <https://www.gq-magazin.de/> (дата обращения: 25.06.2025).
13. RedaktionsNetzwerk Deutschland // URL: <https://www.rnd.de/> (дата обращения: 25.06.2025).
14. Rheinische Post // URL: <https://rp-online.de/> (дата обращения: 25.06.2025).
15. schoen.frau // URL: <https://www.schoenfrau-mag.de/> (дата обращения: 25.06.2025).

* * *

1. Alyaeva L.S. Kommunikativnye taktiki otozhdestvleniya, solidarizacii i oppozicionirovaniya v rossijskih interv'yu deyatelej shou-biznesa // Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo social'no-pedagogicheskogo universiteta. Filologicheskie nauki. 2024. № 2 (06). S. 36–42.
2. Dobrosklonskaya T.G. Medialingvistika: sistemnyj podhod k izucheniyu yazyka SMI. M.: Flinta: Nauka, 2008.
3. Zheltuhina M.R. Specifika rechevogo vozdejstviya tropov v yazyke SMI: dis. ... d-ra filol. nauk. M., 2004.
4. Krasavskij N.A. Kommunikativnaya strategiya diskreditacii Rossii v nemeckih SMI pri osveshchenii sobytij na Ukraine (mart-maj 2022 goda) // Kazanskij lingvisticheskij zhurnal. 2023. T. 6 (№ 1). S. 123–133.
5. Luman N. Real'nost' massmedia / Per. s nem. A.Yu. Antonovskogo. M.: Praksis, 2005.

Intriguing communicative tactics in German interviews: gender-based aspect

The study results of peculiarities of use of intriguing communicative tactics in the texts of German interviews are presented. The specific nature of use of narrative and syntactic kinds of intrigue in different models of communication is revealed. The high index of frequency of narrative intrigue in women communicative behaviour is established.

Keywords: gender, interview, communicative strategies, communicative tactics, media discourse.

(Статья поступила в редакцию 05.07.2025).

E.Ф. ГРЕБЕНЮК
Волгоград

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ГИМНЫ АВСТРИИ И ГЕРМАНИИ: СИМВОЛИКА, ИДЕНТИЧНОСТЬ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ РИТОРИКА

Приводится развернутый аналитический разбор национальных гимнов Австрии и Германии, их лингвистических, стилистических и символических особенностей, определяется их роль в формировании национальной идентичности и политической легитимации.

Ключевые слова: гимн, национальная идентичность, символика, легитимация.

Проблема формирования и поддержания национальной идентичности остается центральной в социальных и политических науках. В этом процессе ключевую роль играют государственные символы – флаги, гербы, конституции, памятники и, безусловно, национальные гимны. Гимны представляют собой уникальный лингвокультурный феномен, функционирующий на стыке политического ритуала, идеологического инструментария и культурной памяти. Их тексты не просто фиксируют исторические события, но активно конструируют политическую реальность, формируют коллективную идентичность и легитимируют существующий порядок. Отметим, что национальные гимны представляет собой уникальный лингво-политический феномен. Он самобытен своей мультимодальностью, объединяя вербальный текст, невербальный музыкальный язык (мелодию, гармонию, ритм) и ритуализированную практику исполнения. Эта триада превращает гимн в исключительно эффективный инструмент конструирования и презентации коллективной самости нации.

Для лингвистики гимны представляют особый интерес как концентрированные образцы политического дискурса, в которых идеологическое содержание выражено через строго отобранные и высоко стандартизованные языковые средства. В связи с этим нельзя не упомянуть таких исследователей, как А.В. Бабайцева, С.Г. Воркачев, Т.С. Зотеева. Лингвистов привлекает возможность исследовать, каким именно образом с помощью лексики, синтаксических структур, риторических фигур и метафор конструируется семиотическое пространство нации [1]. Анализ гимнов позволяет выявить ключевые концепты, формирующие ядро национальной идентичности (такие как «родина», «свобода», «единство», «верность»), проследить их взаимосвязь и иерархию, а также понять, как эти концепты вербализуются и внедряются в массовое сознание [2; 3; 7]. Изучение гимнов с точки зрения лингвопрагматики раскрывает их перформативную функцию: они не просто описывают реальность, но и призывают к единству, дают клятвы верности, благословляют страну, тем самым ежедневно воспроизводя и укрепляя национальную общность.

Символика гимнов, изучаемая через призму лингвосемиотики, является многоуровневой. На вербальном уровне она создается через систему повторов, анафор, эпитетов и метафор, которые превращают абстрактные понятия в яркие, эмоционально заряженные образы (например, «цветущая страна», «сердце Европы»). На дискурсивном уровне важнейшей символической категорией является категория адресности: использование местоимений «мы» и «наш» конструирует инклюзивное сообщество граждан, а обращение к стране на «ты» («du») создает интимную, почти личную связь между индивидом и государством. Таким образом, лингвистический анализ позволяет деконструировать механизмы символического воздействия гимна, показывая, как язык становится инструментом политической социализации и легитимации.

Национальный гимн способен затрагивать эмоциональную сферу, обладает высоким уровнем символичности за счет оперирования знаками, насыщенными социально-политическими значениями. В гимнах, например, прослеживается религиозная составляющая, подчеркивающая сакральность нации и ее предназначения (например, «Gott erhalte Franz den Kaiser» – слова из гимна императора Священной Римской империи и Австрии Франца II, затем ставшего основой для гимна Германии).

Важную роль при этом играют как вербальная, так и невербальная составляющие. Музыка гимна несет смысловую и эмоциональную нагрузку: торжественный, гимнический стиль ассоциируется с величием, силой, и единством, мелодия легко запоминается и становится элементом идентичности.

Риторика политического дискурса, а именно, использование специфических риторических фигур направлено на убеждение и эмоциональное вовлечение адресата.

Для выявления особенностей гимнов как инструмента национальной идентичности и обратимся к анализу текстов гимнов Австрии и Германии.

Известно, что музыка к гимну Германии была написана Йозефом Гайдном в честь австрийского императора Франца II, которая в сочетании со стихами Э. Гофмана «Германия превыше всего» являлась гимном Австро-Венгрии. После объединения Германии третий куплет «Песни немцев» стал официальным гимном объединенной Германии, который исполняют на всех государственных мероприятиях страны [5].

«Einigkeit und Recht und Freiheit» («Единство, Право и Свобода») – слова первой строки гимна – символы послевоенной немецкой государственности и демократического порядка, это политические программы, противопоставленные нацистскому беззаконию и разделенности страны. Особенно важной в этом контексте представляется 3 раза используемая лексема «Vaterland» («Отечество»), которая подчеркивает государственно-политическую общность. Отметим, что в последние годы в немецком обществе витает идея замены лексемы «Vaterland» на «Heimatland» для нивелирования гендерных различий [6].

«Brüderlichkeit» («Братство») имплицитно присутствует в призыве «danach lässt uns alle streben» («к этому давайте все стремиться»), символизирует социальную сплоченность и солидарность. Здесь наблюдаются прямые призывы к действию (единству, устремлению), объединяющие всех граждан («uns alle») в коллективное «мы» нации.

Повтор структур «Einigkeit und Recht und Freiheit», «Blüh im Glanze dieses Glückes», «Blühe, deutsches Vaterland!» создает ритм и усиливает призыв-благопожелание, а абстрактные имена существительные с положительной коннотацией («Einigkeit», «Recht», «Freiheit», «Glück», «Brüderlichkeit») подчеркивают патриотизм граждан своей страны.

Фраза «Blüh im Glanze dieses Glückes» («Цвети в сиянии этого счастья») символизирует приверженность мирному, правовому и процветающему порядку, а не монархии или вождю.

Метафора «des Glückes Unterpfand» («залог счастья») связывает абстрактные политические ценности (единство, право, свобода) с эмоционально желаемым состоянием (счастье), позиционируя демократический строй как источник благополучия.

Метафора «процветание/цветение» («Blüh», «Blühe») от глагола «blühen» символизирует успех и позитивное будущее нации, зависящее от соблюдения триады ценностей.

Очевидно, что текст гимна Германии служит постоянным напоминанием об уроках истории, связи с государством как гарантом «Recht und Freiheit».

В целом, гимн передает сильный дух единства, надежду на свободное и справедливое общество, а также гордость за родную страну.

Гимн Австрии, принятый в 1947 г., делает акцент на уникальной австрийской идентичности.

В тексте гимна представлена природа как первичный символ нации, подчеркивающий уникальность австрийского ландшафта и, по аналогии, национального характера: «Land der Berge, Land am Strome» («Страна гор и вод, страна потоков»), отмечается также гармония между природой, культурой и историей Австрии, богатство ее природных ресурсов. При этом указывается и ее географическое положение в сердце Европы «Liegst dem Erdteil du inmitten» («Ты расположена в центре этого континента») [4].

Фраза «Land der Äcker» («страна полей») подчеркивает сельскохозяйственное наследие Австрии, ее плодородные земли и важность для экономики сельского хозяйства, «Land der Dome» («страна соборов») отражает богатое культурное и архитектурное наследие, особенно знаменитые готические соборы и исторические памятники. «Land der Hämmer» («страна молотов») – метафорически обозначает промышленность, трудолюбие и производственную мощь Австрии, ее историческую роль в металлургии, машиностроении и других промышленных сферах.

Нельзя не отметить лексему «zukunftsreich» («обещающее будущее»), которая подчеркивает оптимизм, развитие и стремление к прогрессу, инновациям и процветанию. Таким образом, Австрия позиционируется как страна с богатым промышленным прошлым и уверененным взглядом в будущее, ориентированным на развитие и прогресс.

Связь между поколениями, гордость за выдающихся исторических деятелей, уроженцев Австрии, которые прославили страну своими достижениями, четко прослеживается в словосочетании «großer Söhne» из фразы «Heimat bist du großer Söhne» («Родина ты великих сынов»). Именно эпитет «großer» (великий) придает особую эмоциональную окраску и подчеркивает важность и величие сыновей как символа национальной гордости. Очевидно, что тема гордости за страну проходит красной нитью через весь текст гимна. Так «Vielgerühmtes Österreich» («многохвалимая Австрия») также выражает признание и гордость за страну, ее славу и репутацию в мире.

Строка гимна «Volk begnadet für das Schöne» («Народ твоей красою очарован») указывает на богатое культурное наследие, художественные и музыкальные традиции австрийского народа, его таланты и эстетическое чувство.

Исторический сюжет Австрии передан через яркую и эмоциональную метафору и эпитет в фразе «*Heiß umfehdet, wild umstritten*» («Опалена враждой диких споров»), что подчеркивает ее тяжелые испытания, внутренние конфликты и борьбу за независимость и суверенитет. Эпитет – «*stark*» («сильный») наряду со сравнением Австрии с «*Herzen*» («сердцем»): «*Einem starken Herzen gleich*» («как сильное сердце») символизирует важность страны как центра стабильности, силы и жизненной энергии континента. Сердце – это метафора жизненной силы, духовного центра Европы. Для усиления данного посыла служит продолжение «*Hast seit frühen Ahnentagen Hoher Sendung Last getragen*» («С древних времен ты несешь важное предназначение»), которое указывает на долгий исторический путь страны, ее миссию и ответственность, которую она несла с древних времен, символизирует традиции, наследие и высокую миссию Австрии как хранителя культурных ценностей.

Повтор эпитета «*Vielgeprüftes Österreich*» подчеркивает множество испытаний и трудностей, которые страна прошла за свою историю, что придает образу Австрии черты стойкости, проверенной временем.

В этом контексте особое значение приобретает призыв «*Mutig in die neuen Zeiten*» «*Frei und gläubig sieh uns schreiten*» («Мы с мужеством в грядущие годы, смотри, свободно, с верою шагаем»). Он выражает готовность страны к переменам, развитию и прогрессу, подчеркивает важность ценностей свободы и веры, которые являются основой национальной идентичности и движущей силой для дальнейшего развития. Прилагательные «*frei*» и «*gläubig*» используются для усиления характеристики субъекта, в данном случае – народа, подчеркивая его ценности: свободу и веру. Кроме того, в контексте гимна эта конструкция создает образ народа, движущегося вперед с определенными качествами, что придает выразительность и эмоциональную силу.

Самооценка австрийцев явно прослеживается во фразе «*Arbeitsfroh und hoffnungsreich*» («радующиеся труду и полные надежд»), в которой они позиционируют себя как трудолюбивые и оптимистичные.

Единство, солидарность и дружба между людьми, а также преданность – важные ценности австрийского общества, нашедшие отражение в гимне: «*Einig laß in Bruderchören*» («Пусть нас объединит братская песня») «*Vaterland, dir Treue schwören*» («Родине клянемся верностью»).

Необходимо отметить и значимые стилистические приемы, используемые в текстах гимна. Обращение к стране на «ты» («du», «Dir») создает интимную, личную связь. «Мы» («uns») объединяет граждан в единую общность («*Heimat großer Söhne*», «*Einig laß in Bruderchören*»). Прямое обращение к стране («*Heimat großer Söhne*», «*Vielgerühmtes Österreich*») как к живому существу усиливает эмоциональное воздействие и чувство принадлежности.

Эпитеты и метафоры, а также повторы лексем: «*Land der Berge, Land am Strome, Land der Äcker, Land der Dome, Land der Hämmer zukunftsreich*», «*Vielgerühmtes Österreich, Vielgeprüftes Österreich, Vielgeliebtes Österreich*», – создают насыщенный эмоциональный фон, подчеркивая ценность и непростой путь страны.

Модальность желания/призыва проявляется во фразах: «*Einig laß in Bruderchören, Vaterland, dir Treue schwören*» («Едиными да пребудем в братском хоре, верными, Отечество, тебе»), «*Mutig in die neuen Zeiten, Frei und gläubig sieh uns schreiten*» («Смело в новые времена, Свободными и верующими идем мы вперед»), которые выражают коллективное стремление к единству, верности и светлому будущему.

Обобщая вышеизложенное, отметим, что текст австрийского гимна прославляет природное богатство, культурное наследие, выдающиеся достижения австрийского народа, промышленный потенциал, историческую роль Австрии как страны, которая прошла через конфликты и испытания, сохранила свою идентичность и занимает важное

**ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ
И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА**

место в сердце Европы, а также идеи мужества, единства, труда, веры и преданности родине, стремление к прогрессу и гармонии в будущем.

Анализ гимнов двух стран позволяет выделить их сходства и различия. Сходства:

- Оба гимна служат ядром национальной идентичности, создавая сообщество через общие символы и языки.
- В текстах используются абстрактные ценности (свобода, единство, будущее) и пространственные образы («Отечество, сердце Европы»).
- Широко применяется инклузивное «мы»/«нас», анафора/параллелизм, императив/призыв к единству и действию.

Различия:

– В гимне Германии делается акцент на политico-правовые ценности («Einigkeit und Recht und Freiheit») как основе идентичности. Данная абстрактная триада имеет центральный, почти сакральный символ. Его сила – в прямолинейности и безальтернативности предлагаемых ценностей. В гимне Австрии акцентируется уникальность территории, истории и европейской миссии, конкретные природные символы («Berge», «Strome») и исторические отсылки («Söhne») представлены как основа идентичности. Символ «сердце Европы» явно выражен. Он представляет собой поэтический нарратив уникальной национальной идентичности. Через насыщенные природные образы («Land der Berge»), исторические отсылки («große Söhne»), европейский символ («Herz Europas») и интимное обращение к стране на «ты» («Dich»), он конструирует эмоционально привлекательный образ «Родины» («Heimat»). Его риторика направлена на утверждение самостоятельности, миролюбия и культурной значимости Австрии, закрепляя в коллективном сознании тезис о ее возрождении как суверенного европейского государства.

– Гимн Германии более декларативен и императивен («Brüderlich zusammenhält!», «Lasst uns alle streben!»), сфокусирован на внутреннем долге гражданина перед ценностями. Гимн Австрии более описателен и лиричен, за счет использования олицетворения создается эмоциональная, почти интимная связь с родиной.

– В гимне Германии прослеживается явная дидактика, напоминание об уроках прошлого, ставка на рациональное принятие демократических ценностей как гарантии против рецидивов. В гимне Австрии наблюдается активное мифотворчество новой/возрожденной миролюбивой нации («begnadet für das Schöne» – «одаренная для прекрасного»), подчеркивается ее уникальность и принадлежность к Европе.

– Концепт «Родина» в гимне Германии носит более конкретный характер. В гимне Австрии этот концепт наделен символичностью, которая создает общенациональную идентичность.

Проведенный лингвистический анализ убедительно демонстрирует, что гимны Германии и Австрии являются мощными инструментами политического воздействия, чья эффективность основана на тщательно отобранный символике и специфических риторических стратегиях.

Таким образом, сравнительный лингвистический анализ не только выявляет конкретные механизмы политической коммуникации, заложенные в текстах гимнов, но и служит ключом к пониманию различных моделей национальной идентичности и стратегий легитимация политического порядка в современной Германии и Австрии. Гимны выступают не просто церемониальными атрибутами, а активными агентами в непрерывном процессе формирования и воспроизведения политической реальности и коллективного самосознания.

Использование гимнов в публичных мероприятиях – это мощный инструмент формирования национальной идентичности. Они создают ощущение принадлежности к общему историческому опыту, культуре и ценностям. В условиях глобализации и внутренней диверсификации такие церемонии помогают укреплять чувство единства и национальной гордости.

В заключение стоит отметить, что австрийский и немецкий гимны выступают не только как музыкальные символы, но и как важные элементы политического дискурса – они служат напоминанием о ценностях, истории и культурной самобытности народов этих стран.

Список литературы

1. Бабайцев А.В. Политические символы (философский аспект): автореф. ... дис. канд. философ. наук. Ростов-на-Дону, 2001.
 2. Воркачев С.Г. Национальный гимн как жанр патриотического дискурса // Жанры речи. 2020. № 1 (25). С. 36–43.
 3. Воркачев С.Г. *Symbolum patriae*: гимнодия и геральдика в лингвокультурном аспекте: Монография. Краснодар: ФГБОУ ВО «КубГТУ», 2023.
 4. Гимн Австрии // Википедия. URL. <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B8%D0%BC%D0%BD%D0%90%D0%BC%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BC%D0%BD%D0%90%D0%BC%D0%8B> (дата обращения: 03.07.2025).
 5. Гимн Германии // Википедия. URL. <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B8%D0%BC%D0%BD%D0%93%D0%BC%D1%80%D0%BC%D0%BD%D0%90%D0%BC%D0%8B> (дата обращения: 01.07.2025).
 6. Гимн Германии: текст с переводом, история создания // DeutscherPapa. URL. <https://deutscherpapa.by/gimn-germanii-tekst-s-perevodom/> (дата обращения: 01.07.2025).
 7. Зотеева Т.С. Государственный гимн как жанр политического дискурса // Политическая лингвистика. 2013. № 1 (43). С. 133–143.

* * *

1. Babajev A.V. Politicheskie simvoly (filosofskij aspekt): avtoref. ... dis. kand. filosof. nauk. Rostov-na-Donu, 2001.
 2. Vorkachev S.G. Nacional'nyj gimn kak zhanr patrioticheskogo diskursa // Zhanry rechi. 2020. № 1 (25). S. 36–43.
 3. Vorkachev S.G. Symbolum patriae: gimnodiya i geral'dika v lingvokul'turnom aspekte: Monografiya. Krasnodar: FGBOU VO «KubGTU», 2023.
 4. Gimn Avstrii // Vikipediya. <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B8%D0%BC%D0%BD%D0%90%D0%B2%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BC%D0%BD%D0%90%D0%8B> (data obrashcheniya: 03.07.2025).
 5. Gimn Germanii // Vikipediya. <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B8%D0%BC%D0%BD%D0%90%D0%93%D0%BC%D0%BD%D0%90%D0%8B> (data obrashcheniya: 01.07.2025).
 6. Gimn Germanii: tekst s perevodom, istoriya sozdaniya // DeutscherPapa. <https://deutscherpapa.by/gimn-germanii-tekst-s-perevodom/> (data obrashcheniya: 01.07.2025).
 7. Zoteeva T.S. Gosudarstvennyj gimn kak zhanr politicheskogo diskursa // Politicheskaya lingvistika. 2013. № 1 (43). S. 133–143.



The national anthems of Austria and Germany: symbolism, identity and political rhetoric

The detailed analysis of national anthems of Austria and Germany, their linguistic, stylistic and symbolic peculiarities is given. Their role in the development of national identity and political legitimization is defined.

Keywords: *anthem, national identity, symbolism, legitimization.*

(Статья поступила в редакцию 20.08.2025).

И.В. ИВАНКОВА
Волгоград

ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРИ ПЕРЕДАЧЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ
ФЕНОМЕНОВ С РУССКОГО ЯЗЫКА НА НЕМЕЦКИЙ
В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

Рассматриваются методы трансляции прецедентных феноменов при переводе художественных текстов с русского языка на немецкий язык. Описываются наиболее распространенные переводческие приемы, сохраняющие исторический, культурологический и социальный контексты, а также pragматический потенциал исходного текста.



Ключевые слова: интертекстуальность, прецедентный феномен, прецедентный текст, переводческие трансформации, художественный текст.

В конце XX в. в российской лингвистике возрос интерес к национальной языковой картине мира, что привело к появлению понятия *прецедентный текст* (далее – ПТ). Феномен прецедентности продолжает по-прежнему привлекать внимание специалистов в области лингвистики, психолингвистики, переводоведения, текстологии и других наук, что связано со сложностью рассматриваемого явления и трудностью его исследования в межкультурном аспекте. Существуют различные методы исследования прецедентности, описания характеристик, присущих этому феномену, а также определения его границ и параметров. Для обозначения этого явления лингвисты применяют различные термины, такие как *прецедентные феномены, номены, текстовые реминисценции, интертекстемы, логоэпистемы* и др. Важно подчеркнуть взаимосвязь концепции прецедентного текста с идеями интертекстуальности и культурной памяти, активно развивающимися в семиотике культуры.

Современная культура характеризуется отходом от традиционного восприятия текста как замкнутого целостного образования. Вместо этого текст все чаще понимается как пространство, где взаимодействуют и пересекаются разнообразные фрагменты различных текстов и элементы речевой деятельности [13, с. 26].

Предлагаемая статья посвящена изучению прецедентности в художественных текстах и анализу методов ее воспроизведения в процессе перевода. ПТ определяются как широко известные культурные феномены, знакомые практически всем носителям определенного языка. Эти тексты представляют собой национальное достояние, элементы коллективной памяти народа [6, с. 44]. ПТ, согласно В. Г. Костомарову и Н. Д. Бурвиновой, выступают как средство осмыслиения жизненных ценностей через призму языка с опорой на культурную память. Их значимость заключается в презентации культурно важной информации [8, с. 297]. При восприятии ПТ не только сохраняет свой первоначальный смысл, но и обогащается новыми интерпретациями.

Г. Г. Слыскин трактует прецедентный текст (ПТ) в самом широком смысле, определяя его как «любую цельную и связную последовательность знаков, значимую для конкретной культуры» [13, с. 28]. Это позволяет относить к ПТ тексты любой длины, от пословиц до эпосов, а также включать в них не только слова, но и изображения или видео (например, плакаты или фильмы). В дискурсе ПТ проявляются в виде реминисценций, которые, согласно Г.Г. Слыскину, бывают пяти видов: упоминания, прямые и квази-цитаты, аллюзии и продолжения.

Интертекстуальные вставки в художественном тексте могут иметь разные формы, источники и функции. Ссылка на ПТ значима, если: 1) автор осознает, что делает реми-

нисценцию на определенный текст; 2) читатель знаком с этим текстом и может распознать ссылку; 3) автор предполагает, что читатель знает этот текст [13, с. 34].

При переводе прецедентных феноменов важным аспектом является степень известности прецедентного текста как в исходной, так и в принимающей культурах [2, с. 9]. При этом ПТ могут быть проанализированы в двух аспектах: синхроническом и диахроническом.

Синхронный анализ позволяет выявить различия в культурной картине мира, отраженные в наборе прецедентных текстов, актуальных для разных культур в определенный момент времени. Эти различия могут быть обусловлены историческими, социальными, политическими и другими факторами, формирующими уникальный культурный контекст каждой страны или региона. Выявление этих различий необходимо для разработки эффективных стратегий межкультурной коммуникации и предотвращения межкультурных недоразумений.

Диахронный анализ, в свою очередь, позволяет отследить динамику изменения прецедентных текстов в культуре на протяжении времени. Появляются новые прецедентные тексты, забываются старые, меняется их интерпретация. Этот процесс отражает эволюцию ценностей, убеждений и представлений, формирующих культурную идентичность общества. Изучение этой динамики позволяет лучше понять механизмы культурной памяти и передачи культурного наследия.

Сопоставление синхронных и диахронных данных дает наиболее полное представление о роли прецедентных текстов в формировании и трансляции культурного кода. Оно позволяет не только выявить различия в культурных картинах мира разных народов, но и отследить динамику изменения этих картин мира под влиянием глобальных процессов и локальных культурных факторов, что является необходимым условием для успешной межкультурной коммуникации и сохранения культурного разнообразия в современном мире.

Уровень узнаваемости прецедентного текста, таким образом, становится ключевым фактором успешной адаптации и интерпретации культурного кода. Чем выше степень знакомства аудитории с исходным текстом, тем более вероятно адекватное восприятие и понимание аллюзий, метафор и других стилистических приемов, основанных на прецедентности. В противном случае происходит искажение смысла, потеря комического эффекта или даже полное непонимание авторского замысла.

ПТ могут быть разделены на три группы: широко известные тексты (*универсально-прецедентные*), играющие роль «ядра» в любой культуре и знакомые практически каждому человеку, и менее известные (*национально-прецедентные*), чья узнаваемость может меняться со временем. Кроме того, существуют *социумно-прецедентные* тексты, которые являются общими для людей определенных социальных групп (профессиональных, конфессиональных, возрастных и т.п.) и могут не зависеть от национальной принадлежности, но быть общими для христиан, мусульман, подростков и др. [9, с. 53]. При переводе, следовательно, следует учитывать различия в наборах «ядерных» текстов в разных культурах.

А.Е. Супрун, анализируя степень известности текстовых реминисценций среди носителей языка, приходит к выводу, что значительная их часть находится «на грани индивидуального и социального в системе языка и его использовании» и представляет собой «индивидуальные проявления памяти говорящего и слушающего (искусенной части слушающих)», кроме того, «набор прецедентных текстов различен для разных членов социума», и содержание текстовых реминисценций часто оказывается «размытым» [14, с. 26–27].

При переводе прецедентных текстов с русского языка на немецкий возникает необходимость учитывать различия в культурных кодах и знаниях, которыми обладают носители разных языков. Переводчик должен определить, насколько узнаваем тот или

иной прецедентный текст в немецкой культуре, и в зависимости от этого выбрать наиболее подходящую стратегию перевода. Выбор конкретного приема зависит от функции прецедентного феномена в исходном тексте и от целей перевода. Важно, чтобы перевод сохранял не только смысл, но и эмоциональную и стилистическую окраску оригинального текста. Поэтому выбор переводческой стратегии должен быть обоснованным и осознанным, учитывая все факторы, влияющие на восприятие текста читателем. Только в этом случае перевод сможет адекватно передать прецедентность оригинального текста и обеспечить успешную межкультурную коммуникацию.

Таким образом, перевод прецедентного текста – это сложный и многогранный процесс, требующий от переводчика не только мастерства владения языком, но и широкой эрудиции, глубокого понимания культуры и умения принимать взвешенные решения. Не существует универсального подхода, применимого ко всем случаям, и каждый прецедентный текст требует индивидуального анализа и разработки оптимальной стратегии перевода.

Переводчик должен быть готов к тому, что его работа неизбежно связана с интерпретацией и адаптацией и что его решения могут вызвать разные мнения. Однако главная цель всегда должна оставаться неизменной – обеспечение адекватного и полноценного восприятия текста иноязычным читателем, сохранение его художественной ценности и культурной значимости.

Успешный перевод прецедентного текста способствует расширению культурного горизонта читателя, позволяет ему прикоснуться к другим эпохам и цивилизациям, обогащает его знания и понимание мира. Это акт межкультурной коммуникации, который преодолевает языковые и культурные барьеры и сближает людей разных национальностей. Таким образом, перевод прецедентного текста – это настоящее искусство, требующее от переводчика таланта, креативности и ответственности. Это важная работа, направленная на сохранение и распространение культурного наследия человечества.

При работе над текстом (не только художественным) переводчики вынуждены прибегать к переводческим трансформациям. Т. А. Казакова в своих трудах определяет переводческие трансформации как результат преобразований, обеспечивающих смысловое соответствие между единицей оригинала и единицей перевода [5, с. 32]. В рамках данного исследования мы опирались на классификацию, предложенную В. Н. Комиссаровым, выделяющим три основные категории трансформаций: грамматические, лексические и лексико-грамматические [7, с. 165].

Вслед за В. В. Красных [9, с. 50] мы выделяем несколько типов прецедентных явлений: *прецедентный текст, прецедентное высказывание, прецедентная коммуникативно-прагматическая ситуация и прецедентное имя*.

1. *Прецедентный текст* предполагает знакомство с конкретным произведением, в частности, с его названием, автором и сюжетом. Важно отметить, что степень прецедентности текста или отдельного высказывания может варьироваться в зависимости от аудитории и контекста. Не подлежит сомнению, что упомянутые в следующем примере произведения принадлежат к текстам, обладающим универсальной прецедентностью. Количество таких текстов в мировой культуре ограничено. Переводчик прибегает в данном случае к устоявшимся вариантам перевода:

– Совершенно верно, и сладкая жуть подкатывает к сердцу, когда думаешь о том, что в этом доме сейчас поспевает будущий автор «*Дон Кихота*», или «*Фауста*», или, черт меня побери, «*Мертвых душ*»! А? <...> Ты представляешь себе, какой поднимется шум, когда кто-нибудь из них для начала преподнесет читающей публике «*Ревизора*» или, на самый худой конец, «*Евгения Онегина*»! (выделено нами – И. И.) [1, с. 609].

– Ganz recht –, pflichtete Korowjew seinem ständigen Begleiter bei, – und ein wonniges Gruseln beschleicht mir das Herz, wenn ich nur daran denke: In diesem Haus gedeiht der künftige Au-

tor des «Faust», des «Don Quijote» oder sogar, ich will verdammt sein, der «Toten Seelen!» Was meinst du? Nicht? <...> Kannst du dir ausmalen, Welch ein Jubel sich erhebt, sollte einer von ihnen dem lesenden Publikum für den Anfang mit einem «Revisor» oder zum wenigsten einem «Eugen Onegin» aufwarten? (выделено нами – И. И.) [18, с. 374].

Стоя перед старинным зданием МАССОЛИТА, Коровин говорит о писателях и упоминает названия книг, которые обогащают повествование новыми смыслами и выразительностью, а также позволяют выразить скрытую оценку. Все перечисленные в отрывке произведения служат эталоном и ассоциируются как в русской, так и мировой культуре с творческой гениальностью их авторов.

В следующем примере при переводе на немецкий язык была использована переводческая трансформация: в перевод добавлены лексические единицы для включения имплицитных семантических компонентов оригинала (при переводе был указан автор произведения). При передаче имен собственных Суламифь и Эсфири, которые мы рассматриваем в этом случае как средства имплицитной оценки (с одной стороны это – характеристика Фриды, с другой стороны – знаний человека, который использует библейские имена в своей речи, чтобы выразить свой восторг), переводчик ориентируется на уже сформировавшиеся традиции и исторические формы:

– Ну а что вы скажете о Фриде?
– Красивая девушка.
– Не то слово! – воскликнул Борис. *Суламифь! Эсфири! Песнь песней!* Это надо было пронести через тысячелетия, через изгнания, скитания, погромы [12, с. 286].

Na, und was sagen Sie zu Frieda?
Ein schönes Mädchen.
Damit ist noch nichts gesagt! rief Boris.

Eine Sulamith, eine Esther! Das Hohe Lied Solomons! So etwas konnte sich nur in Jahrtausenden entwickeln, das musste Vertreibung, Pogrome überstehen (выделено нами – И. И.) [20, с. 460].

Важно отметить, что эффективность использования имен персонажей в сравнительных и метафорических конструкциях зависит от культурного контекста и степени знакомства аудитории с литературным произведением. Чем более известен персонаж и его характерные черты, тем более точным и понятным будет сравнение или метафора.

Суламифь или Суламита, (ивр. שׁוּלָם, шулам(м)ит), – возлюбленная царя Соломона и библейской книги «Песнь песней», отличающаяся необыкновенной красотой и решительностью [10].

Что касается имени Эсфири, то это имя традиционно пишется в старославянских текстах как *Есфири*, а в современных – как *Эсфири*. В западноевропейской традиции принято написание *Эстер*, и именно к этому варианту прибегает переводчик, делая текст ближе представителям немецкой лингвокультуры. Для спасения своего народа Эсфири, обычная девушка, став супругой одного из могущественнейших правителей того времени Артаксеркса, рискнула своим положением и собой. Как и Суламифь, она была необыкновенно красива [16].

При работе с прецедентным текстом, который не обладает универсальной значимостью, обычно прибегают к точному переводу с добавлением комментариев от переводчика:

Как давний сон вспоминались первые годы коллективизации – скот, сгоняемый со дворов, кулацкие семьи с сидорами, идущие на высылку, угрозы и слезы, проклятия и жалобы, «головокружение от успехов» [15, с. 74–75].

Wie einen fernen Alpträums gedachte man der ersten Jahre der Kollektivisierung: das von den Höfen getriebene Vieh, die Kulakenfamilien, die mit Rücksöcken die Verbannung zogen, Drohungen und Tränen, Flüche und Klagen, «Vor Erfolg vom Schwindel befallen» (выделено нами – И. И.) [21, с. 58].*

В немецком варианте переводчик прибегает к переводческому комментарию, задача которого заключается в том, чтобы воссоздать ключевые элементы, необходимые для верного восприятия художественного произведения: **Titel von Stalins Artikel gegen Überspitzen bei durchgängigen Kollektivierung* (название статьи И.В. Сталина о перегибах в проведении сплошной коллективизации – И. И.). Переводческий комментарий, как правило, используется для сглаживания различий в объеме общих знаний у аудиторий оригинального и адаптированного текста. Он делает доступным тот смысл, который сложно передать напрямую в тексте перевода.

Рассматривая следующие два примера, необходимо заметить, что прецедентные тексты способны порождать уникальную систему ассоциаций и сеть взаимосвязей в сознании носителей языка (см. подробнее: [4]). Прецедентные тексты как элементы культурной памяти служат своеобразными маркерами общности знания между коммуникантами. Успешное распознавание и интерпретация прецедентного феномена свидетельствуют о принадлежности к определенному культурному слову, общности ценностей и взглядов. Неузнавание, напротив, может привести к затруднению коммуникации и непониманию:

Потом, когда оно состоится, когда очутятся они в новой жизни и определится, кем им быть – крестьянами ли, но какими-то другими, не теперешними, или столбовыми дворянами, когда впрыгаются они в лямку этой новой жизни и потянут ее, станет, наверно, легче... [11, с. 198].

Wenn es dann einmal eingetreten wäre, wenn sie sich in ihrem neuen Leben wiederfinden würden, wenn sie sich entschieden hätte, was sie fortan sind, weiterhin Bauern, aber andere Bauern, als bisher, oder vielleicht Edelleute aus altem Geschlecht, wenn sie ihr neues Leben anpacken und voranbringen würden, dann würde ihnen wahrscheinlich leichter werden... [19, с. 49].

Так, с поночевщиками, с Симой и мальчишкой, стали держаться вместе уже и не вдвоем, а вчетвером, как в том теремке ... (выделено нами – И. И.) [11, с. 281].

Mit den beiden Logiegästen waren sie jetzt nicht mehr zwei, sondern vier... [19, с. 150].

В первом примере В. Распутин прибегает к аллюзии на знаменитую сказку А. С. Пушкина, а во втором – на фольклорную русскую сказку. Эти произведения известны практически всем носителям русской культуры с детства, знаком и их финал, поэтому не случайно автор прибегает к аллюзиям, изображая происходящие на Матёре события. В первом примере переводчик использует прямой перевод, не делая никаких сносок и комментариев, поэтому представляется маловероятным, что читатели перевода смогут распознать здесь отсылку к произведению, известному каждому русскому, во втором примере выделенный фрагмент текста остался без перевода.

При принятии решения о переводе важно учитывать, насколько значимым является прецедентный феномен в конкретном контексте. Иногда включение в переведенный текст прецедента, неизвестного широкому кругу читателей, может привести к излишнему усложнению смысла и затруднить понимание pragmatики текста. В подобных ситуациях переводчик может принять решение опустить упоминание прецедентного феномена в переводе, что и было сделано во втором примере.

2. *Прецедентное высказывание* представляет собой «репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности» [3, с. 106]. В тексте прецедентные высказывания могут встречаться в неизменном виде, как строгая цитата:

Тысячу лет попы втолковывали: «Возлюби ближнего своего, как самого себя» [15, с. 158].

Jahrhundertelang haben die Popen geprädigt: «Du sollst deinen Nächsten lieben wie dich selbst» [21, с. 123].

Не подлежит сомнению, что вторая заповедь Иисуса Христа является универсальным прецедентным текстом, поэтому не вызывает затруднений при переводе на немецкий язык.

Помимо точного и полного воспроизведения фрагментов текста, существует цитирование в трансформированной форме, кроме того, цитата может быть использована не полностью, при этом автор рассчитывает на то, что даже в измененном (усеченном) виде, такая цитата будет узнана:

Но известно же, что человек только предполагает... [11, с. 268]; *Doch bekanntlich ist der Mensch mehr Denker als Lenker...* (выделено нами – И. И.) [19, с. 134].

Несмотря на то, что в немецком языке есть эквивалент русской пословицы *Человек предполагает, а Бог располагает* (*Der Mensch denkt, Gott lenkt*), переводчик прибегает к экспликации, которая может быть вызвана тем, что он не распознал прецедентное высказывание или просто адаптировал его, не рассчитывая на знание эквивалента пословицы немецкоязычными читателями.

3. *Прецедентная ситуация* – это определенная «эталонная» ситуация, имеющая свои дифференциальные признаки и характеризующаяся набором определенных коннотаций. В следующем примере при сравнении используется сюжет из Библии, известный представителям различных лингвокультурных сообществ:

Ужинали втроем: Сталин, Киров и Жданов.

– Хорошо, что ты приехал, Сергей Миронович, – говорил Сталин, усаживаясь по праву хозяина во главе стола, – а то вот Андрей Александрович, – он кивнул на Жданова, – не пьет, не ест, **сидит за столом, как Иисус Христос**, и меня хочет с голоду уморить [12, с. 387].

Das Abendbrot nahmen sie zu dritt ein: Stalin, Kirov und Shdanow.

Schön, dass Sie da sind, Sergej Mirinowitsch, „sagte Stalin, der sich als Hausherr an das Kopfende der Tafel setzte, denn Andrej Alexandrowitsch, er wies mit einer Kopfbewegung auf Shdanow, trinkt nichts und isst nichts, **sitzt am Tisch wie Jesus Christus** und will auch mich fasten lassen (выделено нами – И. И.) [20, с. 621-622].

В немецком переводе появляется глагол *fasten* – ‘поститься’, тем самым данная ситуация адаптируется под немецкоговорящего читателя, т.к. все случаи отказа от еды и воды связываются прежде всего с соблюдением поста, о чем свидетельствуют библейские тексты, например, Евангелие от Матфея 4:1-2, 6:16-18, Евангелие от Луки 5:33-35 и др. [17].

4. *Прецедентное имя*, характеризующееся аксиологичностью и экспрессивностью, отсылает к устойчивым образам, воплощающим ключевые элементы национальной культуры. Прецедентные имена – это имена с наибольшей степенью имплицитности, несущие обобщенный смысл с закрепленным за ними определенным набором характеристик и конвенциональных ассоциаций. Реализуемые с помощью имен собственных интенции являются своеобразными ориентирами для создания направления интерпретации и перевода произведения.

Основными способами перевода имен собственных являются транскрипция и транслитерация. При переводе прецедентных имен перед переводчиком стоит задача достижения их эквивалентного функционала (например, в романе М. Булгакова – Мастер/Meister), что не всегда выполнимо. Так, использование транскрипции при переводе имен собственных часто приводит к потере его аллюзийности. В немецком языке,

например, имя Behemot, не будучи укорененным в культурном контексте, утрачивает связь с демоническими коннотациями, присущими ему в русском языке благодаря «Мастеру и Маргарите» М. Булгакова.

Похожая проблема возникает с именами *Nikanor Iwanowitsch Bossoi* и *Iwan Nikolejewitsch Ponyrew (Besdomny)*. Имена эти, звучащие вполне обычно для русского уха, скрывают в себе элементы иронии и сатиры, построенные на игре созвучий и намеков. В немецком языке они воспринимаются как просто случайный набор звуков, лишенный какой-либо дополнительной нагрузки. Следовательно, при трансляции аллюзивных имен собственных необходимо учитывать не только их формальное соответствие, но и их культурную значимость. Зачастую буквальный перенос невозможен, и переводчику приходится искать компромисс между сохранением формы и передачей аллюзии, иногда даже прибегая к замене имени на более понятное и функционально эквивалентное в целевой культуре. В конечном итоге задача переводчика заключается в том, чтобы найти такой способ передачи аллюзивного имени собственного, который позволит немецкоязычному читателю получить ту же информацию, что получает русскоязычный читатель при чтении оригинала, пусть даже это будет достигнуто иными средствами.

Имена собственные в романе М. Булгакова, обладающие аллюзивным потенциалом, становятся мощным инструментом в руках автора, позволяя создавать многослойные смыслы и устанавливать диалог с культурным контекстом. Выбор имени Иешуа (*Jeschua*), а не Иисус, уже сам по себе является аллюзией, отсылающей к еврейским корням христианства и подчеркивающей человеческую природу персонажа, его близость к народу. Имя Воланд (*Voland*), напротив, ассоциируется с демоническим началом, с искушением и разрушением, с одной стороны, а с другой – с некой высшей справедливостью, которая хоть и парадоксальным образом, но восстанавливает равновесие в мире.

Использование аллюзивных имен собственных требует от читателя определенной культурной компетенции, способности распознавать ссылки и интерпретировать их в контексте произведения.

Прагматическое воздействие аллюзивных имен собственных заключается не только в передаче информации, но и в создании определенного эмоционального фона, в формировании отношения к персонажам и событиям. Эти эмоции влияют на восприятие всего произведения в целом.

В следующем примере включение прецедентного имени в высказывание позволяет более точно и выразительно описать ситуацию или объект, что достигается за счет использования сравнительных конструкций, в которых имя персонажа становится эталоном для характеристики другого субъекта:

— Да ее, кобылу, все киномеханики бесплатно пускают... Прямо *Василиса Прекрасная* — куды тебе с добром! [11, с. 569].

Diese Stute lassen alle Filmvorführer umsonst rein....als wär sie Wassilissa die Wunderschöne (выделено нами – И. И.) [19, с. 73–74].

Имя фольклорного персонажа служит средством вторичной номинации лица, выполняя одновременно характеризующую функцию, поэтому при переводе используется транскрипция и калькирование, чтобы создать определенную эмоциональную окраску, вызвать у немецкоязычной аудитории определенные ассоциации и аллюзии, связанные с литературным произведением и его героям.

Таким образом, перевод прецедентного текста требует от переводчика не только лингвистической компетентности, но и глубокого понимания культурных контекстов как языка оригинала, так и языка перевода. Важно уметь выявлять и анализировать прецедентные феномены, определять их значимость для общего смысла текста и выбирать наиболее адекватные способы их передачи.

В процессе перевода необходимо учитывать потенциальную аудиторию и степень ее знакомства с прецедентными феноменами. В некоторых случаях может потребоваться адаптация, объяснение или замена прецедентного феномена на аналог, более понятный носителям языка перевода. В других случаях, напротив, целесообразно сохранить оригинальный прецедентный феномен, сопроводив его комментарием. Успешный перевод прецедентных феноменов позволяет сохранить культурное богатство оригинального текста и сделать его доступным для читателей из других культур.

Список литературы

1. Булгаков М. А. Мастер и Маргарита // Записки покойника: Сатирическая проза. Ташкент: Изд-во литературы и искусства им. Гафура Гуляма, 1990. С. 354–641.
2. Вербицкая М. В., Гусева А. А. Проблема перевода интертекстуальных элементов: категориальный подход // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2009. № 2. С. 9–18.
3. Гудков Д. Б., Красных В. В., Захаренко И. В., Багаева Д. В. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 9: Филология. 1997. № 4. С. 106–118.
4. Иванкова И. В. Реализация категории имплицитности в современном русском художественном тексте (на фоне немецкого языка): дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2007.
5. Казакова Т. А. Практические основы перевода. English <=> Russia. СПб.: Союз, 2000.
6. Карапул Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987.
7. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. М.: Высшая школа, 1990.
8. Костомаров В. Г., Бурвикова Н. Д. Прецедентный текст как редуцированный дискурс // Язык как творчество: сб. статей к 70-летию В. П. Григорьева. М.: Институт рус. яз. им. В.В. Виноградова РАН, 1996. С. 297–302.
9. Красных В. В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? (Человек. Сознание. Коммуникация): Монография. М.: Диалог-МГУ, 1998.
10. Песнь Песней Соломона, глава 1-8 (Песн. 1-8) на русском языке // Азбука. ру. URL: <https://azbyka.ru/biblia/?Song.1-8&r> (дата обращения: 24.07.2025).
11. Распутин В. Г. Прощание с Матёрой // Повести. М.: Современник, 1991. С. 163–338.
12. Рыбаков А. Дети Арбата. М.: Советский писатель, 1988.
13. Слышикин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов. М.: Академия, 2000.
14. Супрун А. Е. Текстовые реминисценции как языковое явление // Вопросы языкоznания. 1995. № 6. С. 17–29.
15. Тендряков В. Ф. Кончина // Кончина: Повести. Рассказы. М.: Известия, 1990. С. 5–225.
16. Эсфири: библейская история царицы, кто такие Артаксеркс, Аман и Мардохей // URL: <https://pravoslavie.wiki/esfir-zhena-persidskogo-carya.html?ysclid=mdef3hk3rr750651637> (дата обращения: 24.07.2025).
17. 24 лучших стиха Библии о посте // Christian Pure. URL: <https://christianpure.com/ru/learn/bible-verses-fasting/> (дата обращения: 24.07.2025).
18. Bulgakov M. Der Meister und Margarita. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1999.
19. Rasputin V. Abschied von Matjora. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, 1988.
20. Rybakow A. Die Kinder vom Arbat. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1990.
21. Tendrjakow W. Das Ableben // Roman-Zeitung. 1989. № 7 (472).

* * *

1. Bulgakov M.A. Master i Margarita // Zapiski pokojnika: Satiricheskaya proza. Tashkent: Izd-vo literatury i iskusstva im. Gafura Gulyama, 1990. S. 354–641.
2. Verbickaya M.V., Guseva A.A. Problema perevoda intertekstual'nyh elementov: kategorial'nyj podhod // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 19: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikaciya. 2009. № 2. S. 9–18.

**ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ
И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА**

3. Gudkov D.B., Krasnyh V.V., Zaharenko I.V., Bagaeva D.V. Nekotorye osobennosti funkcionirovaniya precedentnyh vyskazyvanij // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 9: Filologiya. 1997. № 4. S. 106–118.
4. Ivankova I.V. Realizaciya kategorii implicitnosti v sovremenном russkom hudozhestvennom tekste (na fone nemeckogo yazyka): dis. ... kand. filol. nauk. Volgograd, 2007.
5. Kazakova T.A. Prakticheskie osnovy perevoda. English <=> Russia. SPb.: Soyuz, 2000.
6. Karaulov Yu.N. Russkij yazyk i yazykovaya lichnost'. M.: Nauka, 1987.
7. Komissarov V.N. Teoriya perevoda (lingvisticheskie aspekty): Ucheb. dlya in-tov i fak. inostr. yaz. M.: Vysshaya shkola, 1990.
8. Kostomarov V.G., Burvikova N.D. Precedentnyj tekst kak reducirovannyj diskurs // Yazyk kak tvorchestvo: sb. statej k 70-letiyu V.P. Grigor'eva. M.: Institut rus. yaz. im. V.V. Vinogradova RAN, 1996. S. 297–302.
9. Krasnyh V.V. Virtual'naya real'nost' ili real'naya virtual'nost'? (Chelovek. Soznanie. Kommunikaciya): Monografiya. M.: Dialog-MGU, 1998.
10. Pesn' Pesnej Solomona, glava 1-8 (Pesn. 1-8) na russkom yazyke // Azbuka.ru. URL: <https://azbyka.ru/biblia/?Song.1-8&r> (data obrashcheniya: 24.07.2025).
11. Rasputin V.G. Proshchanie s Matyoroj // Povesti. M.: Sovremennik, 1991. S. 163–338.
12. Rybakov A. Deti Arbata. M.: Sovetskij pisatel', 1988.
13. Slyshkin G.G. Ot teksta k simvolu: lingvokul'turnye koncepty precedentnyh tekstov. M.: Akademiya, 2000.
14. Suprun A.E. Tekstovye reminiscencii kak yazykovoe yavlenie // Voprosy yazykoznanija. 1995. № 6. S. 17–29.
15. Tendryakov V.F. Konchina // Konchina: Povesti. Rasskazy. M.: Izvestiya, 1990. S. 5–225.
16. Esfir': biblejskaya istoriya caricy, kto takie Artakserks, Aman i Mardohej // URL: <https://pravoslavie.wiki/esfir-zhena-persidskogo-carya.html?ysclid=mdef3hk3rr750651637> (data obrashcheniya: 24.07.2025).
17. 24 luchshih stiha Biblji o poste // Christian Pure. URL: <https://christianpure.com/ru/learn/bible-verses-fasting/> (data obrashcheniya: 24.07.2025).



Translation transformations in the process of transferring the precedent phenomena in the literary text from Russian into German

The methods of translation of precedent phenomena in the process of translating the literary texts from Russian into German are considered. The most frequent translation techniques, saving the historical, culturological and social contexts, and the pragmatic potential of the source text are described.

Keywords: *intertextuality, precedent phenomenon, precedent text, translation transformations, literary text.*

(Статья поступила в редакцию 25.07.2025).



РУССКИЙ ЯЗЫК. ЯЗЫКИ НАРОДОВ РОССИИ

Е.В. БРЫСИНА

И.М. ФИЛАТОВА

Волгоград

ДИАЛЕКТНАЯ ФРАЗЕОЛОГИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Рассматривается специфика диалектных фразем. Устанавливается фразеологический состав донских говоров. Выявляются территориально маркированные диалектные фразеологизмы, актуальные для подавляющего большинства носителей языка и широко известные в общенациональном масштабе. Раскрываются перспективы развития диалектной фразеологии.

Ключевые слова: диалектные фразеологические единицы, донские говоры, фразеология, фразема.

Вопрос о статусе фразеологии как самостоятельном направлении в языкоznании в литературном языке был решен в 60-е гг. прошлого столетия в связи с успешно разработанной концепцией академика В.В. Виноградова. До настоящего времени мало что изменилось в базовых положениях этой теории, все существующие учебники и учебные пособия практически повторяют сказанное много лет назад великим исследователем, лишь в отдельных местах уточняя, конкретизируя положения ученого. Можно говорить о концепции Н.М. Шанского, В.П. Жукова, В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитиной и ряда других исследователей. Но все они, так или иначе, опираются на положения, разработанные академиком В.В. Виноградовым.

Совершенно иную картину мы можем наблюдать в отношении диалектной фразеологии. Начнем с того, что на сегодняшний день не существует стройной теории относительно диалектной фразеологии как самостоятельной науки. Многие ученые последовательно доказывают, что «в своих исследованиях диалектная фразеология основывается на результатах и достижениях общей теории фразеологии, опирается на общие принципы, установленные в процессе изучения фразеологии языка вообще и фразеологии литературного языка в частности, использует разработанные в науке принципы лингвистического описания фразеологического материала и т.д. Это связано прежде всего с тем, что диалектные фразеологические единицы как единицы языка (по набору категориальных признаков) не имеют принципиальных отличий от фразеологических единиц литературного языка и фразеологии других сфер употребления» [3, с. 239–257]. Еще в 70-е гг. прошлого века некоторые исследователи отмечали, что диалектные фразеологизмы, в отличие от фразеологизмов литературного языка, делятся на две группы: фразеологизмы, образованные путем переосмысления, а иногда и структурной перестройки устойчивых оборотов литературного языка, и фразеологизмы, образованные за счет только внутренних, чисто диалектных средств говора [6].

Диалектная фразеологическая единица рассматривается как некое подобие литературного фразеологизма и строится по заданным структурно-семантическим моделям, ничем в этом смысле не отличающаяся от единиц литературного языка. Среди диалектных

фразеологических единиц легко обнаруживаются фразеологические сращения, утратившие свою внутреннюю форму благодаря включению в их состав устаревшей лексики или же имеющие затемненную мотивирующую основу (*ездить на ширмака* – ‘жить за чужой счет’; *забивать глазды* – ‘морочить голову, запутывать’; *обтрусить охоботья* – ‘расстаться с прошлым, начать новую жизнь’); фразеологические единства – частично мотивированные устойчивые сочетания слов, имеющие целостное переносное значение (*показывать дули воробьям* – ‘бездельничать’; *ходить как за стельной коровой* – ‘опекать, ухаживать, уделять постоянное внимание’; *слетаться как сороки на ма-хан* – ‘сплетничать, проявлять нездоровьи интерес’; *не покрывать зубов* – ‘болтать без умолку’); фразеологические сочетания – образные и безобразные устойчивые сочетания, где один компонент имеет свободное, а другой – фразеологически связанное значение (*красный угол* – ‘место в доме, где расположена божница’; *бархатный подпилок* – ‘напильник с очень мелкой резьбой’; *не знать уёму* – ‘кто-л. не может остановиться, не в силах успокоиться’).

Однако при всем базовом сходстве с фразеологическими единицами литературного языка диалектные фраземы имеют свою специфику. В первую очередь она связана с локальностью распространения диалектных фразеологических единиц и их дискурсивными характеристиками. Диалектная фразема – продукт исключительно устной речи, она возникает в процессе бытовой коммуникации сначала как некий окказионализм, который со временем в силу своей актуальности, яркой и неповторимой образности, высокой степени оценочности начинает повторяться и оттачиваться в речи, постепенно становясь элементом эмотивно окрашенного дискурса. «История фразеологического состава языка – это не только история его формирования, но и история мировидения и мирапонимания народа, поскольку отбор образов и их оязыковление – это результат культурной интерпретации самих фрагментов действительности с целью выразить отношение к ним – ценностное или эмоционально значимое» [5, с. 82].

Фиксируя «жизненный контекст», в котором происходит зарождение фразеологической единицы, можно выделить основные значимые области действительности для диалектносителей определенной территории. В.Н. Телия усматривает «знаковую специфиичность фразеологизмов в том, что они представляют собой микротексты, в номинативное основание которых, связанное с ситуативным характером обозначаемого, втягиваются при его концептуализации все типы информации, характерные для отображения ситуации в тексте, но представленные во фразеологизмах в виде свертки, готовой к употреблению как текст в тексте» [5, с. 8–9].

Образные основы диалектных фразеологических единиц, по наблюдениям Н.И. Лаврова, «более или менее четко группируются в определенные тематические общности: словесные представления, связанные с примечательными в каком-либо отношении местными природными физико-географическими объектами; с реально жившими (и даже живущими) на данной территории лицами; с характерными для данной этнографической зоны предметами промысла, орудиями труда, отдельными обрядовыми и ритуальными действиями, обычаями, взглядами и т.п. Иначе говоря, денотативная отнесенность и образные основы диалектных фразеологизмов могут быть территориально маркированными, в отличие от литературной фразеологии, единицами которой освоены отрезки действительности, актуальные для подавляющего большинства носителей языка и широко известные в общенациональном масштабе» [4, с. 48–49]. В ходе диалектологических экспедиций последних лет нами были зафиксированы как раз несколько выражений, связанных с конкретными фактами в жизни диалектносителей, но постепенно развивающих отвлеченност своей семантики, обретающих образность и набирающих высокий индекс частотности использования в речи. Рассмотрим некоторые из них:

Мне не до пятерок в значении ‘есть дела поважнее’. Это выражение встретилось нам в шести семьях, три из которых находятся в родственных отношениях. В 60-е гг.

сын одной женщины, которая работала в колхозе, часто приходил помогать ей во время школьных занятий. Колхозницы, работающие с его мамой, спрашивали: «Ты почему школу прогуливаешь, тебе же двойки будут ставить?». Он отвечал: «Мне не до пятёрок». Так и закрепилось в речи это сочетание слов, ставшее устойчивым.

Погнали бы – побегла. Данное выражение употребляется в значении ‘при необходимости можно преодолеть любую усталость’. Оно зафиксировано нами в речи 8 местных жителей. История выражения такова: в середине 20-го в., в послевоенный период, одна женщина среднего возраста пожаловалась знакомому старику на усталость, отсутствие. Старик был участником Великой Отечественной войны, какое-то время находился в немецком плену. Он выслушал женщину и сказал: «Мария, а если бы погнали (подразумевая фашистские войска), то побегла?» Потом в семье этой женщины и ее близком окружении часто стали использовать это выражение, когда кто-либо жаловался на повседневную усталость.

Полторы кобылы. Данное устойчивое выражение используется в чирских говорах для характеристики высокой, крупной женщины. Изначально это было прозвищем только одной конкретной женщины в хуторе.

Ты Феёныча не помнишь? Это устойчивое выражение в шутливом значении ‘вряд ли ты можешь это знать за давностью лет’ было записано у 5 разных респондентов, находящихся в близких и дальних родственных отношениях. Объяснение мы получили следующее: в 1968 г. 14-летний внук пришел к дедам (своим дедушке и бабушке), там находился один старик, который в беседе спросил у мальчика: «Ты что, Феёныча не помнишь?». Все рассмеялись, т.к. Феёныч (это житель станицы) умер ещё до войны, т.е. приблизительно за 20 лет до рождения мальчика.

Еще одна диалектная фразема **Ты за Бурбина?** родилась в 70-е гг. во время игры детей в казаков-разбойников. Обидевшись на то, что его друг перешел на сторону противника, где атаманом был игрок по фамилии Бурбин, мальчик громко закричал: «А, ты за Бурбина?!». Все громко рассмеялись. В дальнейшем многие жители в хуторе стали использовать это выражение в значении ‘не разделять, не поддерживать мнение собеседника’.

Следует сказать, что в народной речи достаточно много примеров немотивированного использования имен собственных в составе устойчивых сочетаний слов. В словарях донских говоров находим: *суетная Маринка* – ‘о шустрой, расторопной женщине’; *доступная Варвара* – ‘любопытная, всезнающая’; *как Паша-дурачок* – ‘заторможенный, неуклюжий’ и др. Можно предположить, что на первых стадиях своего функционирования эти единицы также были связаны с именами конкретных людей, характеризующихся подобным типом поведения. Со временем конкретная семантика выражения утратилась, а сочетание стало употребляться без отсылки к конкретному факту или имени.

Для диалектной речи отсутствует понятие узуза в литературном его понимании. Это означает, что диалектная фразема, спонтанно возникшая в речи, так в ней и остается, используясь в ограниченном коммуникативном пространстве. Причем пространство это может исчисляться несколькими носителями диалекта или же охватывать всю территорию его распространения – но не более того. Науке известны случаи междиалектного лексико-фраземного соответствия. Однако такие случаи единичны и обусловлены часто как собственно лингвальными, так и экстралингвистическими факторами. Это зависит от нескольких причин: актуальности выражения, характера его образности, оценочности, ряда стилистических характеристик и, конечно же, от длительности функционирования (степени повторяемости) в сходных коммуникативных ситуациях, степени межличностного взаимодействия и др.

На сегодняшний день окончательно не решен вопрос о границах диалектной фраземики. Ее состав по сравнению с литературным языком достаточно сложен. Это связано, видимо, с особенностями устной народной речи. В свое время известный исследова-

тель сибирской фразеологии А.И. Фёдоров обращал внимание на способность народного языкового сознания к конкретизации, детализации познаваемого мира, что обеспечило наличие в диалектах значительного числа синонимов, вариантов, пословиц и поговорок, характеризующих одно и то же или во многом сходные явления.

Фразеологический состав говоров включает в себя:

– обороты, полностью состоящие из диалектных слов, обладающие оценочностью и образностью: *кулугуристый быча* – ‘упрямый, несговорчивый’; *ни пойка ни едка* – ‘невкусная пища, не пойми что’; *ни цоб ни цобэ* – ‘непонятно кто (что), ни то ни сё’;

– устойчивые сочетания слов метафорического характера, одним или несколькими компонентами которых является диалектное слово: *сбивать китушки* – ‘бездельничать, заниматься бесполезным делом’; *три бабайки в гору* – ‘об очень высоком человеке’; *есть хлебушко обдутый* – ‘о богатстве, достатке в доме’; *дать куделю* – ‘оттаскать за волосы’; *идти култуком* – ‘не двигаться вперед, заходить в тупик’;

– выражения, полностью состоящие из слов общенародного языка и имеющие фразеологическое значение, но неизвестные в литературном языке: *залаить как дьякон на амвоне* – ‘настойчиво требовать, повторять одно и то же’; *из-под пят кожу рвёт* – ‘ловкий, умелый’;

– фразеологические единицы литературного языка, имеющие в говоре другие значения: *подбивать клинки* ‘посмеяться над кем-либо’; *ударить в грязь лицом* (кого-л.) – ‘очернить, опозорить кого-л.’;

– литературные фразеологизмы, сохранившие в диалекте свое значение, но подвергшиеся фонетической, морфологической или иной трансформации: *земля слухом пользуется* ‘идет молва’; *есть ёдма* – издеваться, есть поедом; *работать опуща рукава* – ‘делать что-л. плохо, некачественно, спустя рукава’.

Особую группу составляют языковые единицы, имеющие соответствия в литературном языке, но употребляемые в диалекте в нетипичных синтаксических конструкциях: *до жизни веку* – ‘долго’, *живо два* – ‘быстро убегать’, *зри в три* – ‘будь бдителен, внимателен’, *почём зря попало* – ‘о бурном проявлении чего-л.’ В силу специфических синтагматических характеристик таких слов диалектные фразеологизмы, в состав которых они входят, представляют собой оригинальные синтаксические образования, присущие только данным говорам [2, с. 205].

С другой стороны, практически каждая из выделенных групп может включать в свой состав единицы, фразеологический статус которых не всегда решается однозначно. Пожалуй, ближе всех к собственно фразеологизмам находятся устойчивые сравнения. Единственное, что отличает их от фразеологических единиц, – это фиксированная конструкция *творительный-сравнительный*: *ходить линьком* – ‘передвигаться медленно, с достоинством’; *смотреть сентябрём* – ‘хмуриться, выражать неудовольствие’ или конструкции со сравнительным союзом. На уровне содержания они так же, как и собственно фразеологические единицы, обладают образностью, эмотивностью, оценочностью. Ср.: (*коситься*) *как мышь на крупу* – ‘пристально вглядываться, смотреть с завистью’; (*жить*), *как у Христа за пазухой* – ‘ни в чем не нуждаться, жить в достатке; (*сказал*)’, *как в воду бухнул* – ‘резко, необдуманно, неуместно’. Интересно, что сравниваться могут не только предметы, качества, состояния, но и действия, целые поступки, определенные жизненные ситуации. Важно подчеркнуть, что с коммуникативной точки зрения такие единицы всегда коннотативно заряжены и стилистически маркированы.

Еще одну дискуссионную группу устойчивых сочетаний образуют специальные обозначения, типа *пламенный виноград*, *бархатный подпилок*, *кукушкины слёзки*, *индюшиные сопли*, *кошачья лапка*, *выбиться в стрелку* и т.п. Все эти устойчивые сочетания, несомненно, тяготеют к специальной лексике, в определенном смысле обладая терминологически обусловленным понятийным содержанием. Однако, принимая во внимание устный характер бытования и в силу этого явно образно окрашенное, метафориче-

ское значение (что априори исключается в термине), они занимают позицию, сближающую их с фразеологизмами. Эта группа устойчивых сочетаний состоит из наименований различных предметов быта, растительного и животного мира, природных явлений, некоторых процессов труда, географических особенностей и др.: *ночная царица* – ‘растение левкой однолетний’, *собачья бесила* – ‘растение дурман обыкновенный’, *вяленое вино* – ‘вино из вяленого винограда’, *бушевать в огудину* – ‘идти в ботву (о растениях)’, *телячье время* – ‘ранний вечер’ и т.п. [2, с. 36].

Некоторые ученые не считают устойчивые сочетания указанного типа фразеологическими в силу того, что в них отсутствует оценочность как один из признаков фразем. Согласно другой точке зрения [4], нет оснований выводить такие единицы из состава фраземики, т.к. они обладают устойчивостью и воспроизводимостью.

Дискуссия в этой области продолжается. Нам представляется, что в данном случае речь должна идти о пересечении двух информационных полей – фразеосемантического и терминологического, каждое из которых имеет свою ядерную зону, включающую единицы, которые обладают полным набором категориальных признаков, и периферию, куда входят единицы полиполярного типа. «Значительная часть диалектных бытовых специального назначения выражений, составляющих дальнюю периферию терминологического поля диалекта, входят одновременно и в периферийную зону диалектной фраземики. Одни из них обладают ярко выраженной образностью (*аннушкины слезки, петров батиг, волчья лапка* – ‘названия растений’), другие, кроме образности, содержат видимые элементы оценочности, экспрессивности *бирючий (волчий) обед* – ‘обед’, устраиваемый станичным правлением для казаков (*Па бальшым празникам атаман завёть казакоф на бирючий абет – так называйица; всех угащайт фкусным; водворный зять – молодой муж, принятый для постоянного проживания в семью жены (Гаварять: курица ня птица, и водворный зять ни чилавек)*). «Категориальные признаки, которые отделяют данные выражения от собственно терминов – оценочность, образность, экспрессивность, – одновременно сближают их с диалектными фраземами» [2, с. 38].

Диалектная речь отражает главным образом практический, а не теоретический опыт поколений в познании действительности. Поэтому большинство диалектных слов и выражений, бытующих в русских народных говорах, – это знаки конкретных представлений народа, отражающих различные признаки предметов, явлений окружающего мира, воспринимаемые органами чувств. Это и рождает особенную образность и оценочность диалектных единиц.

Для народно-разговорной речевой культуры характерна детализация повествования, призванная, с одной стороны, акцентировать внимание слушателя на коммуникативно значимом моменте сообщения, а с другой, повысить экспрессивно-выразительные возможности речи.

В роли детализатора мысли нередко выступают тавтологические устойчивые сочетания, занимающие в структуре фразеосемантического поля диалекта также периферийное положение.

На экспрессивные возможности тавтологических выражений указывал еще А.А. Потебня, отмечавший, что смысл слова подчеркивается в памяти народной сопоставлением этого слова с другим, имеющим с ним сходное основное значение. Отсюда постоянные эпитеты и другие тавтологические выражения.

Среди диалектных фразем тавтология представлена широко и многообразно. Доминирующий признак тавтологии – использование одного и того же слова в разных формах или однокорневых слов для выражения одного и того же понятия – реализуется в различных структурных типах. Преобладающими являются следующие: *сущ. в Им. пад. + сущ. в Тв. пад.* (*лес лесом* – ‘очень густо’, *ряса рясою* – ‘много, в огромном количестве’, *мост мостом* – ‘о большом количестве чего-либо, обычно лежащем на земле’); *глагол + сущ. в Тв. пад.* (*лёжскою лежать* – ‘1) о лентяе; 2) лежать неподвижно’, *криком*

кричать – ‘безутешно плакать, испытывать большое страдание’); *сущ. в Им. пад. + в + сущ. в Вин. пад.* (ночь в ночь – ‘каждую ночь’, день в день – ‘каждый день’, зима в зиму – ‘каждую зиму’); *сущ. в Им. пад. + относит. прилаг.* (неделя недельская – ‘целая неделя’, зима зимская – ‘вся зима, всё время на протяжении зимы’). Все представленные единицы оценочно нейтральны. Однако в них четко просматривается повышенная интенсивность реализации образа, что предполагает некоторые элементы эмотивности: *лёжкой лежать* – это не просто болеть или ничего не делать. Данный фразеологизм позволяет акцентировать внимание на полном отсутствии движения, патологичности состояния, граничащего с отрицанием, – такое состояние ненормально, из такого положения человека нужно срочно выводить. *Неделя недельская* – это не простое указание на истекшее время, а своеобразный намек на сложность переживания этого времени, на безысходную длительность этого периода, не дающую возможность хоть немного расслабиться.

Реже представлены другие структурные типы: глагол + *сущ. в Вин. пад.* (*мотать мотки* – ‘вести распутную жизнь’, *разговоры разговаривать* – ‘проводить время за пустыми разговорами’); *сущ. в Имен. пад. + глагол* (*все истоки истекли* – 1) об иссякшем терпении; 2) о времени ожидания кого-, чего-либо 3) о бедности, о закончившихся средствах существования’); *сущ. в Имен. пад. + в + сущ. в Вин. пад.* (*баш на баш* – ‘обмен чем-либо без доплаты с той или иной стороны’, *дар на дар* – ‘об ответном жесте дарения – ты мне – я тебе’) [2, с. 49].

Особую структурно-семантическую группу среди тавтологических диалектных выражений составляют отрицательные конструкции с повторяющимся союзом *ни* и синонимическим повтором компонентов: *ни помину ни позвону* ‘ни слуху ни духу’, *ни шуму ни граху* ‘о полной тишине’ и т.п. Тавтологические единицы, распространенные в диалекте, весьма разнообразны и тематически, и структурно. Различаются они и своей семантикой. Некоторые из тавтологических выражений структурно и семантически членимы, другие отличаются структурно-семантическим единством, наличием коннотативных элементов в значении. Все вместе это позволяет сделать народную речь еще более яркой, эмоциональной, выразительной.

Не установлен до настоящего времени окончательно фразеологический статус обрядовой фразеологии, фразем-коммуникативов, обладающих набором признаков и характеристик, относящих их к разным лингвистическим разрядам (*Здорово дневали! Хлеб да соль! – Едим, да свой!* выговаривать кладку, продавать постель, обмывать руки, *бабья каша* и т.п.).

Особое место на дальней периферии фразеосемантического поля диалекта занимают пословицы, поговорки, присказки, прибаутки и т.п. С фразеологическими единицами их объединяет устойчивость лексического состава, воспроизведимость в речи в готовом виде. Однако большинство из них не обладает семантической целостностью. Если фраземы – это экспрессивно-оценочные сочетания слов с целостной семантикой, то пословицы – лаконичные тексты с поучительным содержанием: *воля доведет до горя; хлеб-соль кушай, а правду слушай!* и т.д. Поговорки, присказки, прибаутки в отличие от пословиц не носят назидательного характера, а своим содержанием отражают много вековой опыт народа, типичные, многократно повторяющиеся жизненные ситуации и употребляются по поводу: *воля казачья, да жизнь собачья; душа за горами, а смерть за плечами; ты на гору – тебя за ногу.* Даные выражения используются в речи диалектносителей в ситуации преследующих неудач; *семнадцатая вода унесет* – это выражение имеет значение ‘ничего страшного не произошло; все забудется и пойдет своим чередом’ и употребляется в ситуации утешения; *посадила, полила и боле не была* – такая поговорка используется для характеристики ситуации беззаботности, беспечности и т.п.

Пословицы, поговорки, присказки русского народа богаты по своей тематике и охватывают все многообразие жизни на разных временных срезах. Они представляют значительный интерес с точки зрения отражения в их содержании особенностей народно-

го мировосприятия и миропонимания. Со временем они могут трансформироваться во фразеологический оборот, но для этого они должны пройти сложный и многоступенчатый процесс фразеологизации, состоящий в структурно-семантическом преобразовании исходного текста. Примеры таких «превращений» имеют место и в литературной, и в диалектной фраземике, сравните: лит. *моя хата с краю из моих хат с краю, я ничего не знаю; воду в ступе толочь из воды в ступе толочь – вода и будет*; диал. *тёр да ёр* (о компании неподобающих людей) из *тёр да ёр да Микишка-вор; руки в брюки, нос в карман* (о ком-то важничающем, задающем) из *руки в брюки, нос в карман – как суховский атаман* [2, с. 47].

Трансформированные выражения, в отличие от исходных порождающих текстов, обладают не только структурно-семантической устойчивостью и воспроизводимостью, но и смысловым единством, синтаксической нечленностью (выступают в роли одного члена предложения), обретают экспрессивно-оценочную, характеризующую функцию. Это позволяет утверждать, что пословицы и поговорки напрямую связаны с фраземикой, являясь для нее резервуаром, исконным источником пополнения и трансформации первичных порождающих моделей.

Резюмируя все сказанное, отметим следующее:

1. Целостной теории диалектной фразеологии с указанием всех существующих научных парадигм ее изучения, описанием ядра и периферии входящих в ее состав единиц, методов и приемов их исследования, на сегодняшний день не существует. Есть лишь разрозненные, хотя и весьма убедительные, работы, отражающие отдельные аспекты этого научного направления.

2. Существует необходимость в четком разграничении диалектной и общенародной, литературной фразеологии, выделении принципиального сходства и существующих различий в составе, функциях, коммуникативно-прагматических характеристиках фразем.

3. Нуждается в специальной разработке диалектная фразеография. Необходима стройная теория создания диалектных фразеологических словарей.

4. Вопреки мнению некоторых исследователей, современное состояние диалектов достаточно стабильно: они не только не умирают, но и продолжают пополняться новыми единицами, в том числе и фразеологическими.

Список литературы

1. Брысина Е.В. Этнокультурная идиоматика донского казачества. Волгоград: Перемена, 2003.
2. Брысина Е. В. Этнокультурологические основы диалектной фраземики Дона: дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2003.
3. Кобелева И.А. Русская диалектная фразеология и фразеография // Русская фразеология и фразеография: К 100-летию А.И. Молоткова / Редакторы: А.А. Хуснутдинов, Е.Н. Золина. Иваново: Ивановский государственный ун-т, 2016. С. 239–257.
4. Лавров Н.И. Смысловая структура диалектной фразеологической единицы: Учеб. пособие к спецкурсу / Отв. ред. В.П. Жуков. Новгород: НГПИ, 1992.
5. Телия В.Н. Русская фразеология. М.: Языки славянской культуры, 1996.
6. Янценецкая М.Н. Диалектные фразеологизмы в региональных словарях (на материале говоров Томской области) // Тезисы докладов на VIII диалектологическом совещании 15–18 мая 1961 г. М.: Институт русского языка АН СССР. 1961.

* * *

1. Brysina E.V. Etnokul'turnaya idiomatika donskogo kazachestva. Volgograd: Peremena, 2003.
2. Brysina E.V. Etnokul'turologicheskie osnovy dialektnoj fazemiki Dona: dis. ... d-ra filol. nauk. Volgograd, 2003.

3. Kobeleva I.A. Russkaya dialektchnaya frazeologiya i frazeografiya / Russkaya frazeologiya i frazeografiya: K 100-letiyu A.I. Molotkova / Redaktory: A.A. Husnutdinov, E.N. Zolina. Ivanovo: Ivanovskij gosudarstvennyj un-t, 2016. S. 239–257.
4. Lavrov N.I. Smyslovaya struktura dialektnoj frazeologicheskoy edinicy: Ucheb. posobie k speckursu / Otv. red. V.P. Zhukov. Novgorod: NGPI, 1992.
5. Teliya V.N. Russkaya frazeologiya. M.: Yazyki slavyanskoy kul'tury, 1996.
6. Yanceneckaya M.N. Dialektnye frazeologizmy v regional'nyh slovaryah (na materiale govorov Tomskoj oblasti) / Tezisy dokladov na VIII dialektologicheskem soveshchanii 15–18 maya 1961 g. M.: Institut russkogo jazyka AN SSSR. 1961.



Dialectal phraseology: problems and prospects of development

The specific features of dialectal phrasemes are considered. The phraseological composition of the Don dialects is defined. The geographically marked dialectal phraseological units, that are urgent for the majority of speakers and are widely known in the national scale, are revealed.

The prospects of development of dialectal phraseology are found out.

Keywords: dialectal phraseological units, Don dialects, phraseology, phraseme.

(Статья поступила в редакцию 10.06.2025).

**К.И. ДЕКАТОВА
Д.А. СЕЛЕЗНЕВА
Волгоград**

ФРАЗЕОСТИЛИСТИЧЕСКАЯ КОНВЕРГЕНЦИЯ И КОНТАМИНАЦИЯ В ТЕКСТЕ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

Анализируется проблема взаимодействия стилистических приемов и фразеологизмов в текстах рекламы. Рассматриваются отличительные признаки фразеостилистической конвергенции и контаминации в рекламных сообщениях, описываются функции фразеостилистических конструктов в коммерческой рекламе.



Ключевые слова: фразеостилистическая конвергенция, фразеостилистическая контаминация, фразеологизмы, стилистические приемы.

В условиях обострившейся конкуренции на рынке товаров и услуг маркетологам приходится прибегать к увеличению объема рекламной информации. Однако это нередко приводит не к повышению, а к снижению эффективности рекламы, поскольку, как отмечают Н. Б. Галашова, Н.А. Камарова, Е. И. Черных, у аудитории возникает «зри-

тельная и слуховая усталость» [2, с. 63]. Для преодоления этой усталости и привлечения внимания потребителей создатели рекламы пытаются найти новые способы, формы преподнесения информации, уделяют особое внимание текстовому компоненту рекламы. Понимая, что простые призывы приобрести товары и услуги вряд ли окажут должное влияние на аудиторию и, возможно, вызовут отторжение, маркетологи избирают тактику завуалированного воздействия: вплетают в рекламный текст яркие изобразительно-выразительные средства языка, способные выполнять различные прагматические функции.

Анализируя вербальные средства создания образа в рекламных сообщениях, Д.С. Скнарев подчеркивает, что визуальный рекламный образ является основой формирования «образа, задача которого привлечь внимание целевой аудитории и заинтересовать ее предметом рекламы. Вербальный же образ товара берет на себя воздействующую функцию. Он апеллирует к чувствам потребителя, уточняет, конкретизирует визуальный образ, вызывает необходимый эмоциональный отклик» [10, с. 560].

Прагматический потенциал выразительных средств в отечественной и зарубежной рекламе исследовался в современной лингвистике достаточно глубоко. Анализу подвергались функции воздействия стилистических приемов в рекламном тексте [6; 8]. Немало работ посвящено исследованию функциональной специфики устойчивых единиц в социальной и коммерческой рекламе [4; 8; 9]. Рассматривались процессы стилистической конвергенции в контексте рекламных слоганов [3; 7]. Несмотря на то, что сочетание и наложение разных изобразительно-выразительных средств в рекламе оказывались в фокусе внимания лингвистов, контекстуальное взаимодействие стилистических фигур, тропов и фразеологических единиц нуждается в дополнительном анализе. В этой связи исследование структурно-функциональных особенностей сложных стилистических приемов, образующихся в результате фразеостилистического взаимодействия, является актуальным.

В научной литературе, посвященной разностороннему анализу рекламы, описаны классификации рекламных сообщений по разным основаниям. По объекту рекламирования выделяют такие виды рекламы, как корпоративная, политическая, спонсорская, социальная и коммерческая реклама [7; 13]. Последний вид рекламы является наиболее распространенным в современном медиапространстве. Создавая коммерческую рекламу, маркетологи стремятся использовать разные средства, чтобы сделать ее незабываемой, привлекающей внимание к конкретным товарам и услугам. Для направленного воздействия на потребителя, повышения интереса и доверия к рекламируемому объекту создатели рекламного текста нередко прибегают к сложным стилистическим приемам – фразеостилистическим конструктам, образующимся в результате сочетания фразеологических единиц и тропов, стилистических фигур в определенном контексте [5].

Анализ взаимодействия стилистических приемов и фразеологизмов в рекламе товаров и услуг показал, что результаты данного процесса являются неоднородными. Сочетание устойчивых и свободных синтаксических изобразительных средств может представлять собой контаминаант – результат контаминации выразительных средств – или конвергент – результат конвергенции выразительных средств. В связи с существующей в языкоznании дискуссией по поводу соотношения понятий *стилистическая контаминация* и *стилистическая конвергенция*, отметим, что в данном исследовании фразеостилистической контаминацией называется последовательное соединение, сцепление стилистических приемов и фразеологизмов в определенном контексте для выполнения общих стилистических функций. Например, в рекламе образовательных услуг: *Войти в курс дела легко, как по маслу* – фразеостилистический конструкт состоит из последовательно расположенных компонентов: фразеологизма *войти в курс (дела)* – ‘знако-

миться в деталях, в подробностях с чем-либо' [14, с. 107], эпитетов *легко и как по маслу*. В роли последнего эпитета выступает компаративный фразеологизм *как по маслу* – 'без затруднений, легко и свободно' [14, с. 319].

Наложение (вставка, скрещивание) фразеологических единиц и стилистических приемов для выполнения общих стилистических функций называется *фразеостилистической конвергенцией*. Например, текст рекламы средства профилактики и лечения аллергического ринита «Кромосол» *Оставим аллергию с носом!* включает в свой состав фразеологизм *оставить (оставлять) с носом* – 'оставлять без того, на что рассчитывал, надеялся кто-либо' [14, с. 420], – который оказывается компонентом такого стилистического приема, как олицетворение.

Следует отметить, что фразеостилистические конвергенты используются в рекламных текстах намного чаще, чем фразеостилистические контаминаанты (90% от общего числа исследованных текстов). Как показал анализ рекламных сообщений, фразеологизмы регулярно участвуют в формировании следующих стилистических приемов: олицетворения, сравнения, гиперболы, градации, риторических вопросов, восклицаний и обращений.

1. Олицетворение. В рекламном слогане *Держи руку на пульсе моды* (журнал «Vogue») такому неодушевленному явлению, как мода, приписываются признаки живого существа с помощью использования фразеологизма *держать руку на пульсе* – 'быть в курсе происходящих событий, текущих дел, следить за их развитием' [1, с. 583].

2. Сравнение. В рекламе лекарства от простуды «Лоратадин» *На горле, словно кошки скребут* фразеологизм *кошки скребут на душе* – 'кому-либо очень грустно, то-скливо, тревожно' [14, с. 319] подвергается модификации и становится составной частью сравнительной конструкции.

3. Гипербола. В рекламе спортивного питания фраза *Бьет ключом энергия с нашим спортивным* приобретает гиперболическое значение в результате сочетания слова *энергия* и фразеологизма *бить ключом* – 'бурно, активно проявлять себя, протекать' [14, с. 24].

4. Градация. В рекламе провайдера «Ростелеком» *Живи ярко. Живи быстро. Живи на полную катушку с нашим интернетом* фразеологизм *на полную катушку* – 'в полной мере, в наибольшей степени, по максимальной возможности' [14, с. 290] завершает градационный ряд последовательно наращающих экспрессию номинаций признаков насыщенной и интересной жизни в пространстве интернета.

5. Риторические стилистические фигуры (риторический вопрос, риторическое восклицание, риторический обращение). В слогане рекламы батончика «Марс» *Все будет в шоколаде!* фразеологизм *(все) в шоколаде* – 'все в порядке, все отлично' [1, с. 756] участвует в формировании риторического восклицания, а в слогане рекламы земельных участков таежного поселка «Седьмое небо» в Республике Алтай *Где находится седьмое небо?* модифицированный фразеологизм *попадать на седьмое небо* – 'испытывать чувство восторга, блаженства, безграничного счастья и т.п. от чего-либо' [14, с. 504] участвует в образовании риторического вопроса.

Взаимодействие фразеологизмов и стилистических приемов может быть сосредоточенным или рассредоточенным. Сосредоточенной фразеостилистическая конвергенция или контаминация является в том случае, когда все компоненты фразеостилистического конструкта находятся в рамках одного предложения. Например, в рекламе помады L'OREAL *Мои губы влюбились с первого взгляда!* фразеостилистический конвергент является сосредоточенным, поскольку все его компоненты находятся в одном предложении: фразеологизм *с первого взгляда* – 'сразу же' [14, с. 71] и олицетворение *губы влюбились* участвуют в образовании такой фигуры алогизма, как катахреза.

Если фразеологическая единица и стилистические приемы располагаются в разных предложениях, то фразеостилистический конвергент или контаминаант является рассредоточенным. Например, в рекламе камеры Canon *Поймай момент. Поймай жизнь. Поймай вечность с камерой Canon* фразеостилистический конструкт можно отнести к рассредоточенным, т.к. фразеологизм *ловить момент* – ‘не упускать возможности, пользоваться подходящим случаем’ [14, с. 549] и метафоры *поймать жизнь, поймать вечность*, участвующие в образовании градации и редупликации, находятся в разных предложениях.

Фразеостилистические контаминаанты и конвергенты играют важную роль в реализации основных задач коммерческой рекламы. В современных исследованиях рекламного текста к его базовым задачам относят информационную, оценочную, экспрессивную, регулятивную, концептуальную [15, с. 106]. Взаимодействующие фразеологические единицы и стилистические приемы, выполняющие различные функции в рекламном тексте, оказываются эффективным средством решения вышеперечисленных задач.

Фразеостилистические конструкты, выполняя в рекламе изобразительную функцию, создают яркий образ предлагаемого товара или услуг. Так, в рекламе *Двигайся легко. Плавай свободно. Будь, словно рыба в воде с нашими гидрокостюмами* использование фразеологизма *как рыба в воде* – ‘свободно, непринуждённо, вольготно’ [14, с. 587] в градационной характеристики специальной одежды для погружения в воду позволяет создать образ человека в гидрокостюме, в котором чуждая водная среда становится естественной и комфортной. Формирование броских образов с помощью сложных фразеостилистических приемов позволяет маркетологам решить информационную и концептуальную задачи рекламы: с помощью яркой иллюстрации ненавязчиво сообщается о преимуществах товара и создается благоприятное представление о товаре, которое внедряется в картину мира потенциального покупателя.

Выполняя экспрессивную функцию, фразеостилистические контаминаанты и конвергенты оказывают воздействие на адресата – формируют положительное отношение к товару, вызывают хорошие чувства и эмоции, ассоциативно связывая их с рекламируемым объектом. Например, в рекламе товаров магазина одежды «Mango» *Почувствуйешь, будто родился в этой рубашке* фразеологизм *родиться в рубашке* – ‘быть во всём удачливым, счастливым’ [14, с. 575] становится компонентом гиперболизированного сравнения, которое позволяет вызвать ощущение удовольствия от удобной одежды, подталкивает к мысли о том, что владелец одежды магазина «Mango» является счастливым человеком.

Нередко совместно с экспрессивной функцией фразеостилистические конструкты выполняют оценочную функцию. Так, рекламный слоган, в котором представляются фотоаппараты SONY *Схватывает улыбку на лету* содержит конвергентное сочетание фразеологизма *схватывать на лету* – ‘быстро воспринимать и легко понимать, усваивать что-либо’ [14, с. 670] и метафору *схватывать улыбку*. Данный фразеостилистический конструкт выражает высокую оценку качества рекламируемой техники и навязывает данную оценку потребителю.

Способность оказывать воздействие на отношение к товарам и услугам, формировать их оценку делает фразеостилистические конструкты эффективным средством решения такой задачи рекламы, как регулирование поведения потребителей.

Важно подчеркнуть, что компании, заботящиеся о своем имидже, придают большое значение эстетической стороне рекламных продуктов. Фразеостилистические конвергенты и контаминаанты помогают успешно реализовать эстетическую функцию рекламы. Например, рекламные ролики шоколада «Milka» являются привлекательными не только потому, что содержат живописные пейзажи, но и потому, что включают гармоничный вербальный компонент *Вкус тепла. Вкус уюта. Вкус, который согревает душу*. Данный текст представляет собой фразеостилистический конструкт, состоящий из ме-

тафор *вкус тепла, вкус уюта, греющий душу вкус*. Последняя метафора образуется с помощью фразеологической единицы *греть душу* – ‘доставлять радость, удовольствие, счастье’ [12, с. 324]. Следует отметить, что метафоры образуют градационную цепь стилистических приемов, в которой фразеологизм оказывается наиболее экспрессивным средством выражения состояния внутреннего комфорта, благополучия. Повтор слова *вкус* ассоциативно связывает душевный комфорт с ощущением удовлетворения от поглощения рекламируемого шоколада. Совокупность красивых метафор, градация, редупликация делают текст эстетичным, вызывающим приятные чувства, что в сочетании с красивым видеорядом способствуют легкому запоминанию информации о продукте.

Таким образом, в современной коммерческой рекламе нередко используется фразеостилистическая конвергенция и контаминация. Данные сложные стилистические приемы позволяют эффективно реализовывать информационную, оценочную, экспрессивную, регулятивную, концептуальную задачи рекламного текста.

Список литературы

1. Большой словарь русских поговорок / В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитина. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2007.
2. Галашова Н.Б., Камарова Н.А., Черных Е.И. Нестандартные формы рекламного воздействия: маркетинговый эффект // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2015. № 5 (158). С. 63–68.
3. Горбачева О.Н., Каменева В.А. Конвергенция вербальных и визуальных стилистических средств в социальной интернет-рекламе как эффективный способ воздействия // Политическая лингвистика. 2013. № 3 (45). С. 161–165.
4. Двойнина Е.В. Фразеологические выражения как средство усиления аттракции заголовков рекламных объявлений (на материале англоязычной таможенной прессы) // Вестник Московского государственного областного университета. 2020. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru. (дата обращения: 10.06.2025).
5. Декатова К.И. Фразеостилистическая конвергенция в поэтических произведениях В.В. Маяковского // Известия Волгоградского государственного социально-педагогического университета. Филологические науки. 2024. № 3 (7). С. 97–102.
6. Дубинина В.А. Роль метафоры в современном рекламном дискурсе // Вестник Луганского национального университета имени Тараса Шевченко. 2019. №1 (30). С. 86–89.
7. Игумнова А.М. Стилистическая конвергенция как средство создания гиперболического эффекта в англоязычных рекламных текстах // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2012. № 2 (66). С. 112–115.
8. Куликова Е.В. Рекламный текст: лингвистические приемы выразительности // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2009. № 6-2. С. 276–282.
9. Папченко М.Ю. О роли фразеологизмов в языке немецкой рекламы // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 2012. № 3. С. 110–120.
10. Скнарев Д.С. Фразеологизм как средство создания образа в рекламном дискурсе // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 1. С. 340.
11. Собянина В.А., Маслакова А.О. Лингвопрагматические характеристики метафоры в англоязычной рекламе продуктов питания // Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2021. № 2 (42). С. 58–65.
12. Сычева Е.Н. Фразеологизмы с соматизмом «душа» в поэзии Ф.И. Тютчева // Вестник Брянского государственного университета. 2012. № 2-2. С. 322–327.
13. Толкачев А.Н. Реклама и рекламная деятельность в России: закон и практика. М.: Эксмо, 2016.
14. Федоров А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка. М.: Астрель: АСТ, 1998.
15. Эгамбердиева Ш.Д., Эгамбердиева Ф.О. Рекламный текст как особый вид дискурса // Academic research in educational sciences. 2021. № 1. С. 102–109.

* * *

1. Bol'shoj slovar' russkih pogovorok / V.M. Mokienko, T.G. Nikitina. M.: OLMA Media Grupp, 2007.
2. Galashova N.B., Kamarova N.A., Chernyh E.I. Nestandardnye formy reklamnogo vozdejstviya: marketingovyj effect // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. 2015. № 5 (158). S. 63–68.
3. Gorbacheva O.N., Kameneva V.A. Konvergenciya verbal'nyh i vizual'nyh stilisticheskikh sredstv v social'noj internet-reklame kak effektivnyj sposob vozdejstviya // Politicheskaya lingvistika. 2013. № 3 (45). S. 161–165.
4. Dvojnina E.V. Frazeologicheskie vyrazheniya kak sredstvo usileniya attrakcii zagolovkov reklamnyh ob'yavlenij (na materiale angloyazychnoj tamozhennoj pressy) // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. 2020. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru. (data obrashcheniya: 10.06.2025).
5. Dekatova K.I. Frazeostilisticheskaya konvergenciya v poeticheskikh proizvedeniyah V.V. Mayakovskogo // Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo social'no-pedagogicheskogo universiteta. Filologicheskie nauki. 2024. № 3 (7). S. 97–102.
6. Dubinina V.A. Rol' metafory v sovremenном reklamnom diskurse // Vestnik Luganskogo naciona'l'nogo universiteta imeni Tarasa Shevchenko. 2019. № 1 (30). S. 86–89.
7. Igumnova A.M. Stilisticheskaya konvergenciya kak sredstvo sozdaniya giperbolicheskogo effekta v angloyazychnyh reklamnyh tekstah // Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. 2012. № 2 (66). S. 112–115.
8. Kulikova E.V. Reklamnyj tekst: lingvisticheskie priemy vyrazitel'nosti // Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. 2009. № 6-2. S. 276–282.
9. Papchenko M.Yu. O roli frazeologizmov v yazyke nemeckoj reklamy // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9: Filologiya. 2012. № 3. S. 110–120.
10. Sknarev D.S. Frazeologizm kak sredstvo sozdaniya obraza v reklamnom diskurse // Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya. 2014. № 1. S. 340.
11. Sobyanina V.A., Maslakova A.O. Lingvopragmatische harakteristiki metafory v angloyazychnoj reklame produktov pitaniya // Vestnik MGPU. Seriya: Filologiya. Teoriya yazyka. Yazykovoe obrazovanie. 2021. № 2 (42). S. 58–65.
12. Sycheva E.N. Frazeologizmy s somatizmom «dusha» v poezii F.I. Tyutcheva // Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta. 2012. № 2-2. S. 322–327.
13. Tolkachev A.N. Reklama i reklamnaya deyatel'nost' v Rossii: zakon i praktika. M.: Eksmo, 2016.
14. Fedorov A.I. Frazeologicheskiy slovar' russkogo literaturnogo yazyka. M.: Astrel': ACT, 1998.
15. Egamberdieva Sh.D., Egamberdieva F.O. Reklamnyj tekst kak osobyj vid diskursa // Academic research in educational sciences. 2021. № 1. S. 102–109.



Phraseostylistic convergence and contamination in the text of commercial advertising

The issue of cooperation of stylistic devices and phraseological units in advertising texts is analyzed. The distinguishing features of phraseostylistic convergence and contamination in advertising texts are considered, the functions of phraseostylistic constructions in commercial advertising are described.

Keywords: *phraseostylistic convergence, phraseostylistic contamination,
phraseological units, stylistic devices.*

(Статья поступила в редакцию 17.07.2025).

E.E. МАТЮШЕНКО
Волгоград

ЛЕКСИЧЕСКИЕ НАРУШЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ПРАВИЛЬНОСТИ
В ПИСЬМЕННОМ НАУЧНОМ ДИСКУРСЕ НОСИТЕЛЕЙ
ЭРИТАЖНОГО РУССКОГО ЯЗЫКА

Рассматриваются случаи нарушения лексических норм в речи носителей эритажного русского языка. Для анализа отобраны выпускные квалификационные работы студентов-бакалавров и магистрантов, для которых русский язык является эритажным. Проведенный анализ позволяет выделить и систематизировать наиболее частотные лексические ошибки.



Ключевые слова: эритажный язык, русский язык как иностранный, научный текст.

Термин *эритажный язык* появился во второй половине XX в., а проблемами изучения/усвоения унаследованного языка ученые начали активно заниматься в 1990-е гг., о чем свидетельствуют работы Ю.В. Богоявленской [1; 2; 3], О.Е. Каган [9; 10], J. Bale [6] M. Carreira [7], J. Cummins [8] и др. Так же, как и в англоязычной лингвистике, в которой существует несколько смежных понятий (*ancestral language, ethnic language, primary language, native language, community language, home language, language of origin* и проч.), в отечественной науке можно отметить варианты обозначения языка, пользующегося «небалансированными билингвами» [4, с. 127]: *эритажный/херитажный язык, унаследованный язык, семейный язык, кухонный язык, язык диаспоры* и др. [Там же, с. 128]. Вслед за Е.В. Трункиной и Ю.В. Богоявленской термин *эритажный язык* мы будем трактовать как «язык, сохраняющийся в семье потомков иммигрантов и передающийся ребенку от родителей, находящихся в контакте с доминирующей языковой средой» [2, с. 3158].

Важная особенность речевой практики эритажников заключается в том, что, как правило, язык усваивается в устной форме при общении с родителями и другими родственниками, соответственно навыки аудирования развиты лучше остальных [1, с. 88; 4, с. 128]. Таким образом, проблемы при восприятии устной речи отмечаются реже, чем при работе с письменным текстом. Стоит подчеркнуть, что эритажники сталкиваются с еще большими трудностями при продуцировании речи, особенно письменной [4, с. 128].

Помимо этого, не во все всех сферах общения эритажники одинаково успешны: если они справляются с заданиями, направленными на развитие коммуникативных навыков на занятиях РКИ, достаточно успешно (по сравнению со студентами, для которых русский язык является иностранным), то создание текстов официально-делового или научного стиля вызывает определенные трудности – это можно объяснить отсутствием возможности быть погруженными в языковую среду и вовлечеными в привычную для носителей языка коммуникацию в разных сферах жизни.

В настоящей работе мы обращаемся к изучению лексических ошибок, которые допускаются эритажными говорящими при написании научных текстов. Актуальность исследования обусловлена необходимостью разработки подхода к обучению эритажных говорящих не только на факультативных/ дополнительных курсах русского языка, но и в высших учебных заведениях, т.к. студенты-эритажники занимают промежуточное положение между студентами-носителями языка и студентами-иностранными. Помимо

этого, мало изучена особенность эритажников продуцировать отдельные виды текстов, и трудности, с которыми сталкиваются данная категория студентов, остаются недостаточно освещенными в научной литературе.

В качестве материала нашего исследования используются выпускные квалификационные работы студентов-бакалавров и магистрантов, выросших в Словакии и получивших там школьное и высшее образование. Таким образом, доминирующим языком для авторов рассматриваемых нами текстов является словацкий, русский – эритажным.

Всего в 10 работах, отобранных для анализа (по этическим соображениям мы не упоминаем фамилии студентов и названия университетов), было зафиксировано 160 ошибок на уровне лексики. Нами сознательно игнорировались нарушения ясности, т.к. в данном случае погрешности могут носить комплексный характер, из-за чего не представляется возможным определить, на каком уровне языка допущена ошибка и каковы ее причины. Например, предложения типа *Точно так же колокол дал идентичность не только в языческих и христианских обрядах, но и в народных суевериях и анимистических понятиях «старой веры»*; *Данные направления будут являться основным инструментом нашего исследования* выходят за границы нашего исследования, поскольку в них прежде всего нарушаются такое коммуникативное качество хорошей речи, как ясность, а не правильность.

В результате проведенного анализа выделено несколько видов лексических ошибок: нарушение смысловой сочетаемости слов (I), несовмещение значения слова с контекстом (II), лексическая избыточность (III). Рассмотрим их.

Первую группу погрешностей на лексическом уровне составляют случаи нарушения смысловой сочетаемости слов.

I. Нарушение смысловой сочетаемости слов

1. Нарушение смысловой сочетаемости слов вследствие влияния лексической единицы, сходной по значению (78 ошибок)

- 1) Антропонимы ассоциируются с *фоновыми сведениями* читателя о том или ином наименовании (норма – *фоновые знания*),
- 2) С ним народ радостно встречал своих защитников, также радостно *встречал* праздники (норма – *отмечать* праздники),
- 3) Лингвисты А.В. Суперанская, А.В. Суслова и В.А. Никонов *пытались провести* попытку периодизации антропонимии, но она оказалась не совсем полной (норма – *препринять попытку*),
- 4) Дипломная работа «Аутентичные художественные фильмы на уроках русского языка как иностранного» *направлена* на подробное объяснение и демонстрацию важности аутентичных художественных фильмов на уроках русского языка как иностранного (норма – *работа посвящена чему-то*),
- 5) Уроки мы *приспособили* для учащихся третьего курса средней школы (норма – *разработали/ адаптировали уроки*).

В примерах 1 и 2 видим, что студенты выбирают неподходящую лексическую единицу, составляющую пару синонимов с тем словом, которое было бы более уместно в данном контексте: *знания – сведения, отмечать – встречать*. В примере 3 отмечаем замену одного из компонентов устойчивого словосочетания. Особый интерес представляют предложения 4 и 5, т.к. это фрагменты аннотации, включенной в дипломную работу студента и представленной также на словацком языке. В связи с тем, что словацкий язык для данного студента является доминантным, можно сделать вывод, что текст был сначала написан на словацком языке, а затем переведен на русский (впоследствии было получено подтверждение этому предположению в ходе беседы с самим автором). Таким образом, можно проследить случаи интерференции словацкого языка на русский. Приведем словацкий вариант этих предложений:

4) Diplomová práca «Autentické hrané filmy na hodinách ruského jazyka ako cudzieho» je **zameraná** na obširne vysvetlenie a preukázanie dôležitosti autentických hraných filmov na hodinách ruského jazyka ako cudzieho.

5) Vyučovacie hodiny sú **prispôsobené** pre žiakov tretieho ročníka strednej školy.

В словацких предложениях на словацком языке выделенные единицы не вызывают никаких нареканий. В двуязычном словаре для глагола *zamerat'*, от которого образовано причастие *zameraná*, даны следующие варианты перевода: 1) *направить, ориентировать, навести; 2) обратить, направить, сосредоточить* [12]. Соответственно эритажник, не обладающий достаточными знаниями и навыками написания текста научного стиля (например, не владеет свободно общенаучной лексикой), выбирает вариант *направить* вместо более подходящего контекстуального синонима *посвятить*.

В том же словаре для глагола *prispôsobiť'*, от которого образовано причастие *prispôsobené*, находим два варианта перевода: *приспособить, приладить* [12]. Однако для возвратного глагола *prispôsobiť' sa* даны следующие словарные соответствия: *приспособиться, адаптироваться, сообразоваться, подстроиться* [12]. Таким образом, вариант *уроки адаптированы* мог быть выбран студентом, который, однако, не учел фактор сочетаемости лексем *уроки* и *адаптированы* и предпочел использовать созвучный русский вариант.

2. Нарушение смысловой сочетаемости слов вследствие смешения паронимов (22 ошибки)

6) Изготовление колоколов считалось священным действием, наверное, поэтому оно и было во **введении** монахов (норма – в **ведении**),

7) Вследствие данного вопроса можно отметить, что в современном мире можно встретить атрибут религии в домах славянских **народностей** (норма – **народов**),

8) **Постановка** «народных» колоколов, которые будут использоваться в качестве благочестивых даров и любовных писем, демонстрирует сближение форм христианских колоколов, социального государства и мистических качеств архаичных языческих колоколов и сентиментальности народных верований (норма – **установка**),

9) «Третья вера» **истекает** из язычества и христианства (норма – **вытекает**).

Стоит отметить, что ошибки в результате неправильного выбора лексемы из пары паронимов встречаются в речи даже носителей языка (*абонемент* – *абонент*, *эскаватор* – *эскалатор*, *драматический* – *драматичный*). Однако из-за того, что эритажники не погружены в русскоязычную среду и ограничены в доступе к аутентичным текстам, паронимы представляют для них большую трудность. То, что образованный носитель русского языка, скорее всего, произнесет без ошибок, может вызвать трудности у эритажника.

Вторую группу погрешностей на лексическом уровне составляют случаи несовмещения значения слова с контекстом.

II. Несовмещение значения слова с контекстом

Вторую группу погрешностей на лексическом уровне составляют случаи несовмещения значения слова с контекстом.

1. Несовмещение значения слова с контекстом вследствие неясности лексического значения слова (34 ошибки)

10) Его **представительство** в самых разных аспектах жизни людей разных слоев России или стран, близких к нему, является одной из тем изучения этой работы (норма – **наличие**),

11) Взаимодействие России с византийским христианством и **монументальные** исторические изменения (норма – **резкие**),

12) Относительно позднее прибытие христианства на восток, чрезвычайная **крайность** народной религии (о чем свидетельствует почти историческое уважение к рели-

гиозным объектам, таким как иконы и колокола) и существование ряда суеверных народных верований в России способствовали слиянию мистики и ритуалов.

В примерах 10 и 11 очевидно неверное толкование выделенных лексем самим автором научного текста. Так, ни одно из определений, данных в толковых словарях русского языка единице *представительство*, не содержит сему ‘наличие’: 1) наличие представителей в органах управления, на съездах и т.п., 2) выполнение обязанностей представителя, обладание правами представителя, 3) учреждение, представляющее чьи-л. интересы, 4) то, что производит выгодное впечатление, свидетельствует о солидности, значительности кого-, чего-л. [5]. Подобная ситуация наблюдается и с лексемой *монументальный*, т.к. в дефинициях отсутствует сема ‘резкий, существенный’ [5].

Предложение 12 служит примером проявления неточности: из-за того, что использована лексема *крайность*, которая, возможно, трактуется автором текста неверно, затруднен для понимания общий смысл этого текстового фрагмента.

Помимо этого, стоит обратить внимание на пример 5, т.к. в нем встречается одна из наиболее частотных лексических ошибок в речи эритажников – использование лексемы *курс* в значении *класс*. Объяснение находим в интерференции словацкого языка на русский. Одно из значений лексемы *ročník* таково: ‘škol. stupeň, kt. navštěvuju počas 1 roka žiaci, študenti rovnakého veku’; ‘žiaci, študenti tohto stupňa’ (‘ступень школьного образования, которую посещают в течение одного года школьники и студенты одного возраста’; ‘школьники и студенты этой ступени образования’ – здесь и далее перевод наш – Е. М.) [11]. Таким образом, студент-эритажник использует лексему *курс* в значении *класс*.

Из-за неверного толкования и влияния словацкого языка на русский в речи эритажников также достаточно часто наблюдается неразграничение понятий *студент* и *школьник*, в частности в значении ‘ученик старшей школы’:

13) На каждом занятии *студенты* знакомятся с различными упражнениями, чтобы лучше усвоить предложенные темы,

14) Мы ориентируемся на коммуникативные навыки *студентов*, а также на понимание иностранного языка.

В обоих примерах речь в дипломной работе идет об обучающихся в старшей школе, но из-за того, что *student* в словацком языке понимается как «žiačik stred. školy al. poslucháč vys. školy» (‘учащийся старшей школы или обучающийся в высшем учебном заведении’) [11], лексема русского языка *студент* используется неверно.

2. Несовмещение значения слова с контекстом вследствие употребления

**эмоционально окрашенной лексики или лексики,
не свойственной научному стилю (21 ошибка)**

15) Такое мнение весьма актуально, т.к. с данной проблемой сталкиваются почти все лингвисты, но, к сожалению, *безуспешно* (норма – **исследования еще продолжаются**),

16) Первый урок – ознакомительный, на котором мы познакомим студентов с *красотами* Санкт-Петербурга (норма – *архитектурой, достопримечательностями*),

17) Однако у исследователей разных стран возникают *острые* сомнения касательно этапа происхождения и развития данного термина (норма – *некоторые, определенные*),

18) По *догадкам* некоторых ученых, слово *колокол* образовано от греч. *калкун* ‘клепало’ (норма – *предположениям*).

Примеры 15–18 содержат лексемы, которые не соответствуют научному стилю: *безуспешно*, *красоты*, *острые* – эмоционально окрашенные единицы, с помощью которых дается субъективная оценка описываемым явлениям, предметам и проч.; слово *догадка* не отличается частотностью использования в научном стиле.

В третью группу ошибок объединены случаи лексической избыточности.

III Лексическая избыточность

1. Тавтология (4 ошибки)

19) **Теоретическая** часть посвящена подготовке **теоретической** базы для выполнения практической части работы,

20) Цель дипломной работы – **проанализировать** медиатексты, выявить в них лексические, синтаксические и морфологические особенности, подобрать и **проанализировать** метатекстовые элементы, которые отображают авторское «я» и предполагают говорящего в роли субъекта **речи**, сознания и восприятия, сформировать **речевой** образ автора.

2. Плеоназм (1 ошибка)

21) Сама функция предназначения использования колоколов и колокольных звонов была различной. От **оповещения** и **информирования** горожан по обереги, ритуалы, украшения одежд (норма – **оповещения**).

Отметим, что третья группа лексических погрешностей малочисленная, т.к. навык избегать использования однокоренных или избыточных, лишних слов формируется в процессе овладения не только эритажным языком, но и доминантным – например, на уроках словацкого языка в словацких школах. Соответственно, этот навык проявляется и при общении на русском языке, в частности при написании научного текста.

Приведенный анализ лексических погрешностей, допущенных носителями эритажного русского языка при написании научного текста, позволяет выделить закономерности в речепроизводстве в условиях ограниченной языковой среды. Перспективным представляется выявление грамматических ошибок в письменной научной речи эритажников, а также составление рекомендаций и разработка учебных пособий, направленных на совершенствование навыков написания текстов научного стиля.

Список литературы

1. Богоявленская Ю.В. Стратегии выбора числа имени существительного носителями эритажного русского языка // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкоznания и педагогики. 2022. № 4. С. 87–98.
2. Богоявленская Ю.В., Трункина Е.В. Корпусный анализ речевых ошибок носителей эритажного русского языка: теоретико-методологические основы исследования // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2025. Т. 18. Вып. 7. С. 3156–3162.
3. Богоявленская Ю.В., Трункина Е.В. Понятие «эритажный язык» в современной лингвистике // Бюллетень гуманитарных исследований в междисциплинарном научном пространстве. Научные статьи. Результаты исследований аспирантов, магистрантов и молодых ученых; Международный институт междисциплинарного образования и иbero-американских исследований Южного федерального университета. Ростов-на-Дону, 2023. № 1 (3). С. 71–74.
4. Жарова Е.В. Эритажные говорящие как особая категория изучающих русский язык как иностранный // Современное педагогическое образование. 2023. № 1. С. 127–131.
5. Кузнецова С.А. Большой толковый словарь русского языка. Авторская редакция, 2000 // URL: <https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovyj-slovar> (дата обращения: 01.08.2025).
6. Bale J. International comparative perspectives on heritage language education policy research // Annual Review of Applied Linguistics. 2010. № 30. P. 42–65.
7. Carreira M. Seeking explanatory adequacy: A dual approach to understanding the term “heritage language learner” // Heritage Language Journal. 2004. 2 (1). URL: https://brill.com/view/journals/hlj/2/1/article-p1_1.xml (дата обращения: 01.08.2025).
8. Cummins J.A proposal for action: Strategies for recognizing heritage language competence as a learning resource within the mainstream classroom // Modern Language Journal. 2005. № 89 (4). P. 585–592.
9. Kagan O., Dillon K. A new perspective on teaching Russian: Focus on the heritage learner // The Slavic and East European Journal. 2001. № 45 (3). P. 507–518.
10. Kagan O., Polinsky M. Heritage languages: In the ‘wild’ and in the classroom // Language and linguistics compass. 2007. № 1 (5). P. 368–395.

11. Krátky slovník slovenského jazyka 4 z r. 2003. URL: https://www.juls.savba.sk/kssj_4.html (дата обращения: 01.08.2025).

12. Rusko-slovenský praktický slovník. Lingea. 2017. URL: <https://slovniky.lingea.sk/rusko-slovensky> (дата обращения: 01.08.2025).

* * *

1. Bogoyavlenskaya Yu.V. Strategii vybora chisla imeni sushchestvitel'nogo nositelyami eritazhnogo russkogo yazyka // Vestnik Permskogo nacional'nogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Problemy yazykoznaniya i pedagogiki. 2022. № 4. S. 87–98.

2. Bogoyavlenskaya Yu.V., Trunkina E.V. Korpusnyj analiz rechevyh oshibok nositelej eritazhnogo russkogo yazyka: teoretiko-metodologicheskie osnovy issledovaniya // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. 2025. T. 18. Vyp. 7. S. 3156–3162.

3. Bogoyavlenskaya Yu.V., Trunkina E.V. Ponyatie «eritazhnyj yazyk» v sovremennoj lingvistike // Byulleten' gumanitarnyh issledovanij v mezhdisciplinarnom nauchnom prostranstve. Nauchnye stat'i. Rezul'taty issledovanij aspirantov, magistrantov i molodyh uchenyh; Mezhdunarodnyj institut mezhdisciplinarnogo obrazovaniya i ibero-amerikanskikh issledovanij Yuzhnogo federal'nogo universiteta. Rostov-na-Donu, 2023. № 1 (3). S. 71–74.

4. Zharova E.V. Eritazhnye govoryashchie kak osobaya kategorija izuchayushchih russkij yazyk kak inostrannyj // Sovremennoe pedagogicheskoe obrazovanie. 2023. № 1. S. 127–131.

5. Kuznecov S.A. Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo yazyka. Avtorskaya redakciya, 2000. 1536 s. URL: <https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovyj-slovar> (data obrashcheniya: 01.08.2025).



The lexical violations of linguistic norms in the written scientific discourse of speakers of heritage Russian language

The violations of lexical norms in the speech of speakers of heritage Russian language are considered.

*The bachelor's and master students' theses, who are the speakers of heritage Russian language,
are chosen for the analysis. The conducted analysis allows to reveal the most frequent
lexical mistakes and to systemize them.*

Keywords: *heritage language, Russian as a foreign language, scientific text.*

(Статья поступила в редакцию 28.08.2025).



ХРОНИКА И РЕЦЕНЗИИ

Н.А. КРАСАВСКИЙ

Волгоград

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ, ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ И ЛИНГВОСЕМИОТИКИ

(рецензия на книгу В.И. Карасика «Языковое древо жизни: монография. М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2025. 496 с.)

К числу магистральных тем многочисленных научных трудов В.И. Карасика относится исследование ценностной картины мира, ее вербализованных сегментов в социуме [7; 8; 9]. Монография известного ученого, вышедшая в свет в 2025 г., предлагает читателю с аксиологических позиций рассмотреть многомерное явление языка в лингвокультурологическом, коммуникативном и семиотическом измерениях. Обращение к феномену ценностей обусловлено его статусом. Ценности выступают ориентиром поведения человека, определяют его действия, поступки, в целом формируют фундамент культуры. По мысли ученого, «ценности воплощаются в нормах поведения, традициях, сюжетах, образующих ткань нашего повседневного бытия» (с. 5).

Аксиологическая проблематика в последнюю четверть века постоянно находится в поле зрения многих ученых, что обусловлено их стремлением выявить иерархию ценностей в том или ином социуме, в формирующих его отдельных стратах [2; 4, с. 13–16; 6; 11, с. 76–87; 13; 14, с. 152–158; 16; 17]. По сути, описание ценностей позволяет охарактеризовать отдельную цивилизацию, равно как отдельного индивида как ее представителя. Феномен ценности непосредственно связан с категорией оценки. Человек классифицирует и квалифицирует объекты внешнего и внутреннего мира, приписывает им оценочные смыслы, исходя из этических, эстетических и функциональных критериев. Оценочная деятельность человека предполагает ориентацию на ценность самого оцениваемого объекта.

Ценностный признак наряду с понятийным и перцептивно-образным признаками формирует структуру концепта – ментальное образование, исследование которого позволяет определить способы освоения человеком окружающего мира, выявить оценочные характеристики того/иного явления, вербализованного в определенном социуме, установить этнокультурную специфику концепта. Описанию ряда концептов посвящена первая глава рецензируемой книги.

Проблема концептуализация познания рассматривается автором книги на примере таких концептов, как «разум», «порядок» и «интерес».

Анализ обширного материала позволяет автору выявить ценностную составляющую в концепте «разум». При этом в разных типах дискурса (назидательном, паремиологическом, религиозном) разум, разумное поведение человека имеют отличительные особенности. «В назидательном дискурсе подчеркивается важность и польза разума, уточняются характеристики разумного и неразумного поведения, подчеркивается, что с возрастом приходит мудрость, но вместе с тем показана ограниченность интеллектуального опыта, его вторичность относительно чувств. В паремиологии даны советы относительно практического ума, сообразительности и необходимости полагаться на свой

ум, в религиозных текстах говорится о важности мудрости и необходимости смирения перед Создателем, в афористике на первый план выступает соотношение рационального и эмоционального в поведении человека, показано, что разум может использоваться как во благо, так и во вред» (с. 12–13).

Концепт «порядок», квалифицируемый В.И. Карасиком как его регулятивный тип, исследуется на материале русского и английского языков. Установлено, что интегральный понятийный признак этого концепта в языковом сознании русских и англичан – это организованное состояние дел, уточняемое как нормы, способы осуществления и т.п. Что касается перцептивно-образных характеристик порядка в сравниваемых языках, то в целом, как следует из материала монографии, они совпадают.

Анализ другого концепта – концепта «интерес» – позволил автору монографии установить его амбивалентный характер: «Ценностные характеристики в осмыслиении интереса имеют амбивалентный характер. С одной стороны, акцентируется положительная оценка стремления к познанию и узнавания чего-то нового, с другой стороны, осуждается желание узнать нечто запретное или нарушающее чужую приватность. <...> В пословицах мы не находим одобрительной оценки интереса и любознательности. Вероятно, любознательность рассматривается в народной культуре как компонент получения знаний, как учеба, и это оценивается положительно, но не комментируется. Но любопытство однозначно осуждается» (с. 45). В данном случае, на наш взгляд, имеет место своеобразное пересечение концептов «интерес» и «любознательность/любопытство».

Обращение В.И. Карасика к разнообразному материалу, в частности к афоризмам и пословицам, выявляет большую вариативность концепта «интерес» в первых из них. Читатель находит объяснение данному факту: «Афоризмы фиксируют наблюдения о природе человека и не сводятся к рекомендациям правильного поведения. Но если пословицы, будучи анонимными суждениями, отражают (с некоторыми оговорками) национальное мировосприятие, то афоризмы носят подчеркнуто личностный характер. Значимым моментом в лингвокультурном плане, возможно, следует признать лишь отсутствие афоризмов на определенном языке на определенную тему, поскольку эта тема не актуальна для этой лингвокультуры, но для такого вывода нужно проанализировать огромное количество афоризмов» (с. 46).

В первой главе монографии, помимо заслуживающих внимания наблюдений ее автора при моделировании ряда названных выше концептов, значительный интерес вызывает обсуждение проблемы концептуализации поведения человека. На материале разных языков и речевых жанров В.И. Карасик анализирует такие концепты, как «вежливость», «уважение» и «престиж». Автором дано развернутое описание понятийного, ситуационно-образного и ценностного содержания данных концептов, занимающих значительные позиции в современном коммуникативном пространстве.

В разделе 1.3. рецензируемой монографии читателю предлагаются результаты анализа концептуализации культурного пространства (театральная сцена, музей, спортивное состязание).

Модель описания локаций, по мнению В.И. Карасика, включает в себя ряд признаков соответствующих мест – когнитивные, семиотические и акциональные. Когнитивные признаки объясняют локацию как концепт, обладающий понятийными, образными и ценностными характеристиками. Семиотические признаки выделяют семантические, прагматические и синтаксические особенности объекта. «При этом прагматические признаки соотносятся с ценностными концептуальными признаками и могут быть представлены как эмблематические, аллегорические и символические описания локации» (с. 107). Акциональные признаки – это формулировка предписаний поведения в том или ином месте (Там же).

Проблеме символизации артефактов посвящен раздел 1.4. Символизация является важным и сложным для интерпретации способом аксиологической квалификации

объективной и субъективной действительности. Символ как знак указывает на ценности, нормы поведения, существующие в социуме традиции [3; 10, с. 29–37; 15]. В данной части книги рассмотрен вопрос символизации железа, стекла и бумаги на материале разных речевых жанров. Символизация этих артефактов воплощается в русском языке как метафорическое осмысление ряда признаков (так, например, железо символизирует крепость, твердость и суровость, стекло, наоборот, выступает символом хрупкости).

Во второй главе монографии «Коммуникативное освоение реальности» обсуждается широкий круг проблем современной лингвистики, в частности дискурсологии и теории речевых жанров.

В.И. Карасик подробно останавливается на вопросе ситуативных и текстовых характеристик дискурса. Под первыми ученым понимаются субъектные, обстоятельственные и нормативные признаки дискурса, под вторыми – уточнение его жанровых, структурных и тематических признаков. Описание разных типов дискурса, по мнению автора, предполагает освещение этих признаков: «Субъектные признаки дискурса сводятся к выделению следующих характеристик участников коммуникативной ситуации: 1) статусно-ролевые признаки (этносоциокультурная идентификация, возраст, гендер, хабитат, профессионально-образовательный ценз, в прежние эпохи – сословная принадлежность), 2) коммуникативная диспозиция (адресант, адресат, вектор адресации между равными и неравными собеседниками, физическая и символическая дистанция между ними). Обстоятельственные признаки охватывают физические и организационные характеристики дискурса: 1) хронотоп, т.е. время и место общения, 2) режим коммуникации (устный либо письменный, контактный либо дистантный, монологический либо диалогический, свободный либо протоколируемый). Нормативные признаки дискурса характеризуют установки его участников и предполагают выделение культурно обусловленных правил поведения: 1) специфика публичного или приватного, официального или неофициального, институционального или личностного общения), 2) типы коммуникативной тональности дискурса (фатическое или содержательное, естественное либо ритуальное, серьезное либо несерьезное, информативное либо фасцинативное, идеологически маркированное либо немаркированное общение). Текстовые характеристики дискурса фокусируют его объектную природу. Важнейший дискурсивный параметр в этом плане представляет собой жанровое определение текста в конкретной коммуникативной ситуации, т.е. выявление принадлежности текста к какому-либо речевому жанру, ситуативно обусловленному текстотипу (этикетные, обиходные, риторические, художественные жанры)» (с. 156).

Опираясь на данную модель описания дискурса, В.И. Карасик исследует феномен вежливости в разных типах дискурса (медицинском, политическом, рекламном и др.). Автор делает вывод о детерминированности дискурсивной специфики вежливости «типов дистанции (дружеской либо социальной) между участниками коммуникативной ситуации, степенью ритуальности коммуникации и актуализацией статусных отношений равенства либо неравенства» (с. 226).

В этой же главе рассмотрены речевые жанры «комментарий», «развлекательный фейк» и «рецензия» разных типов дискурса. Функции речевых жанров, как показано в монографии, различны, что обусловлено самим дискурсом, сферой и регистром общения коммуникантов. Особенно ярко проявляется реализация функций жанра «комментарий» в таких типах дискурса, как обиходный, научный, юридический и религиозный.

Обсуждению вопросов лингвосемиотики посвящена третья глава книги. На страницах этой главы В.И. Карасик обосновывает значимость семиотического описания языка: «Дедуктивное моделирование коммуникативной реальности представляет собой движение от абстрактной схемы к ее фактуальной конкретизации. В этом плане семиотическое описание языка может быть показано как последовательное освещение функциональных характеристик и способов коммуникации. В качестве таких функциональ-

ных направлений описания общения могут быть выделены личностные позиции авторов, тональность речевых произведений, доминирующие интенции отправителей речи и языковые средства, используемые в коммуникации» (с. 410).

В разделе 3.1. «Семиотика личностной позиции» дискутируются проблемы лингвоперсонологии – одного из центральных направлений современной антропоцентрической лингвистики. Ученые, работающие в данной парадигме, исследуют язык конкретных писателей, публицистов, политиков, описывают речевое (в целом – коммуникативное) поведение представителей разных социальных стратов, изучают лингвокультурные типажи [1, с. 73–78; 5, с. 327–32; 12, с. 285–309; 18].

В качестве исследовательского материала В.И. Карасик берет тексты древнегреческого философа Феофраста, И. Ильфа, М. Жванецкого, О. Григоряна. Глубокая интерпретация их текстов позволяет автору монографии сделать вывод, что «одним из возможных направлений типологизации личностей является выделение какого-либо признака, определяющего коммуникативное поведение этого человека. <...> Описание поведения позволяет установить как социальные нормы, принятые в определенном обществе в определенную эпоху, так и типичные культурно значимые обстоятельства жизни того или иного сообщества» (с. 282).

В §3.2. «Семиотика коммуникативной тональности» характеризуются комический нонсенс и абсурд, бытовые приметы, комические афоризмы. Автором показано различие между такими когнитивно-дискурсивными смысловыми образованиями, как нонсенс и абсурд: «Сущность комического нонсенса состоит в смеховом осмыслении невозможного, сущность комического абсурда заключается в высмеивании того, что невозможно рационально понять» (с. 314). Ученый типологизирует комический нонсенс (сказочно-фантастический, басенно-нравоучительный и анекдотический) и комический абсурд (буквалистский, пресуппозиционный и жанровый) (Там же).

Не менее интересен предлагаемый В.И. Карасиком анализ бытовых примет. В бытовой примете как коммуникативном действии исследователь выделяет три базовых компонента: 1) тематика положения дел, 2) ожидаемые последствия, 3) объяснение причинно-следственных связей» (с. 316).

Значительное место в монографии занимает интерпретация сказок разных народов (§3.3. «Семиотика интенциональности в сказках»). В материале показаны как общие, так и этноспецифические черты английских, итальянских, казахских и эвенкийских сказок. Сделанные выводы сопровождаются соответствующими языковыми фактами с их детальным комментарием. При этом основной акцент автора книги при интерпретации сказок ставится, как мы понимаем, на их назидательном характере.

Заключение монографии содержит основные выводы исследования.

Выход в свет книги «Языковое древо жизни» – существенный вклад известного ученого в развитие аксиологической лингвистики и сопряженных с ней научных направлений гуманитарно-социального профиля.

Сердечно поздравляем Владимира Ильича Карасика с изданием монографии, которая найдет широкую читательскую аудиторию!

Список литературы

1. Валайбоб А. В. Понятийные характеристики лингвокультурного типажа «блогер» и его восприятие представителями молодого поколения носителей русской лингвокультуры // Вестник Калмыцкого университета. 2025. № 1 (65). С. 73–78.
2. Гулыга А. В. Эстетика в свете аксиологии. СПб.: Алетейя, 2000.
3. Дец Л. И. Языковое выражение символов в современной англоязычной песенной поэзии: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2022.
4. Джамбинаева Н. С. Аксиогенная ситуация как ценностная база этического поведения (на примере жанра притчи) // Известия Волгоградского государственного социально-педагогического университета. Филологические науки. 2023. № 2 (02). С. 13–16.

ХРОНИКА И РЕЦЕНЗИИ

5. Дубровская Е. М. Этнокультурные типажи как единицы категоризации картины мира русского человека // Когнитивные исследования языка. 2023. № 5 (56). С. 327–332.
6. Евсюкова Т. В. Лингвокультурологическая концепция «Словаря культуры»: дис. ... д-ра филол. наук. Нальчик: Кабард.-Балкар. гос. ун-т им. Х. М. Бербекова, 2002.
7. Карасик В. И. Языковая кристаллизация смысла. Волгоград: Парадигма, 2010.
8. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
9. Карасик В. И. Языковые камертоны смысла: Монография. М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2024.
10. Карасик В. И., Китанина Э. А. Символизация пустыни в языковом сознании // Вопросы когнитивной лингвистики. 2024. № 1. С. 29–37.
11. Китанина Э. А. Эволюция ценностных ориентиров в постиндустриальную эпоху: концепт «справедливость // Язык: жизнь смыслов vs смысл жизни: Монография / Под ред. Н. А. Боженковой, М. Р. Желтухиной. М.: ИНФРА-М, 2023. С. 76–87.
12. Кондратьева О. Н. Образ Наполеона Бонапарта как источник конструирования медиаобразов современных политиков (на материале российских СМИ) // Имагология и компаративистика. 2024. № 22. С. 285–309.
13. Красавский Н. А. Индивидуально-авторские концептосфера эмоций Германа Гессе, Стефана Цвейга и Роберта Музиля: Монография. Волгоград: Перемена, 2023.
14. Красавский Н. А. Мир ценностей в языковой картине мира (рецензия на книгу В.И. Карабасика «Языковые камертоны смысла: Монография. М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина. 2024. 416 с.) // Известия Волгоградского государственного социально-педагогического университета. Филологические науки. 2024. № 3 (07). С. 152–158.
15. Леонтович О. А. Слово и образ в поисках друг друга: Монография Волгоград: ПринТер-ра-Дизайн, 2022.
16. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. М.: Языки русской культуры, 1997.
17. Чекулай И. В. Ценность и оценка в категориальной структуре современного английского языка: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Белгород, 2006.
18. Ярмахова Е. А. Лингвокультурный типаж «английский чудак»: автореф. дис. ...канд. филол. наук. Волгоград, 2005.

* * *

1. Valyajbob A.V. Ponyatijnye harakteristiki lingvokul'turnogo tipazha «blogger» i ego vospriyatiye predstaviteleyami molodogo pokoleniya nositelej russkoj lingvokul'tury // Vestnik Kalmyckogo universiteta. 2025. № 1 (65). S. 73–78.
2. Gulyga A.V. Estetika v svete aksiologii. SPb.: Aletejya, 2000.
3. Dec L.I. Yazykovoe vyrazhenie simvolov v sovremennoj angloyazychnoj pesennoj poezii: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Volgograd, 2022.
4. Dzhambinova N.S. Aksiogennaya situaciya kak cennostnaya baza eticheskogo povedeniya (na primere zhanra pritchi) // Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo social'no-pedagogicheskogo universiteta. Filologicheskie nauki. 2023. № 2 (02). S. 13–16.
5. Dubrovskaya E.M. Etnokul'turnye tipazhi kak edinicy kategorizacii kartiny mira russkogo cheloveka // Kognitivnye issledovaniya yazyka. 2023. № 5 (56). S. 327–332.
6. Evsyukova T.V. Lingvokul'turologicheskaya konsepciya «Slovarya kul'tury»: dis. ... d-ra filol. nauk. Nal'chik: Kabard.-Balkar. gos. un-t im. H.M. Berbekova, 2002.
7. Karasik V.I. Yazykovaya kristallizaciya smysla. Volgograd: Paradigma, 2010.
8. Karasik V.I. Yazykovoj krug: lichnost', koncepty, diskurs. Volgograd: Peremena, 2002.
9. Karasik V.I. Yazykovye kamertony smysla: Monografiya. M.: Gosudarstvennyj institut russkogo yazyka im. A.S. Pushkiна, 2024.
10. Karasik V.I., Kitanina E.A. Simvolizaciya pustyni v yazykovom soznanii // Voprosy kognitivnoj lingvistiki. 2024. № 1. S. 29–37.
11. Kitanina E.A. Evolyuciya cennostnyh orientirov v postindustrial'nuyu epohu: koncept «spravedlivost' // Yazyk: zhizn' smyslov vs smysl zhizni: Monografiya / Pod red. N.A. Bozhenkovoj, M.R. Zheltuhinoj. M.: INFRA-M, 2023. S. 76–87.

ИЗВЕСТИЯ ВГСПУ. ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

12. Kondrat'eva O.N. Obraz Napoleona Bonaparta kak istochnik konstruirovaniya mediaobrazov sovremennoy politikov (na materiale rossijskikh SMI) // Imagologiya i komparativistika. 2024. № 22. S. 285–309.
13. Krasavskij N.A. Individual'no-avtorskie konceptosfery emocij Germana Gesse, Stefana Cvejga i Roberta Muzilya: Monografiya. Volgograd: Peremena, 2023.
14. Krasavskij N.A. Mir cennostej v yazykovoj kartine mira (recenziya na knigu V.I. Karasika «Yazykovye kamertony smysla: Monografiya. M.: Gosudarstvennyj institut russkogo yazyka im. A.S. Pushkina. 2024. 416 s.) // Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo social'no-pedagogicheskogo universiteta. Filologicheskie nauki. № 3 (07). 2024. S. 152–158.
15. Leontovich O.A. Slovo i obraz v poiskah drug druga: Monografiya Volgograd: PrinTerra-Dizajn, 2022.
16. Stepanov Yu.S. Konstanty. Slovar' russkoj kul'tury. Opyt issledovaniya. M.: Yazyki russkoj kul'tury, 1997.
17. Chekulaj I.V. Cennost' i ocenka v kategorial'noj strukture sovremennoy anglijskogo yazyka: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. Belgorod, 2006.
18. Yarmahova E.A. Lingvokul'turnyj tipazh «anglijskij chudak»: avtoref. dis. ...kand. filol. nauk. Volgograd, 2005.



*The issues of modern linguoculturology, theory of communication
and linguosemiotics (review of the monograph «The linguistic tree of life»
by V.I. Karasik. M.: Pushkin State Russian Language Institute, 2025. 496 p.)*

(Материал поступил в редакцию 22.09.2025).





СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

*Бобырева
Екатерина Валерьевна*

– доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии, Волгоградский государственный социально-педагогический университет. E-mail: new_life@mail.ru

*Богомазова
Виктория Владимировна*

– кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка и методики его преподавания, Волгоградский государственный социально-педагогический университет. E-mail: v.bogomazova@rambler.ru

**Брысина
Евгения Валентиновна**

– доктор филологических наук профессор кафедры русского языка и методики его преподавания. Волгоградский государственный социально-педагогический университет». E-mail: filolog@vspu.ru

*Буряковская
Валерия Анатольевна*

– доктор филологических наук, заведующий кафедрой английской филологии, Волгоградский государственный социально-педагогический университет. E-mail: vbulgakovskaya@yandex.ru

*Гоннова
Татьяна Витальевна*

– кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и методики начального образования, Волгоградский государственный социально-педагогический университет. E-mail: concept-t@mail.ru

*Гребенюк
Елена Федоровна*

– кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкого языка и методики его преподавания, Волгоградский государственный социально-педагогический университет. E-mail: elena_bolfdareva@mail.ru

*Декатова
Кристина Ивановна*

– доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка и методики его преподавания, Волгоградский государственный социально-педагогический университет. E-mail: dekatovaki@mail.ru

*Зубаирова
Ралина Рамзановна*

– ассистент кафедры английской филологии, лингводидактики и перевода, Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева. E-mail: scharipova.ralina@yandex.ru

*Иванкова
Ирина Владимировна*

– кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкого языка и методики его преподавания, Волгоградский государственный социально-педагогический университет. E-mail: irina-ivankova@yandex.ru

*Ионова
Татьяна Анатольевна*

– кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка и методики его преподавания, Волгоградский государственный социально-педагогический университет. E-mail: Ionowa.tatiana@yandex.ru

*Карасик
Владимир Ильич*

– доктор филологических наук, профессор кафедры общего и русского языкознания, Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина. E-mail: vkarasik@yandex.ru

- Красавский
Николай Алексеевич*
– доктор филологических наук, профессор кафедры немецкого языка и методики его преподавания, Волгоградский государственный социально-педагогический университет.
E-mail: nkrasawski@yandex.ru
- Матюшенко
Екатерина Евгеньевна*
– кандидат филологических наук, доцент кафедры языкоznания, Волгоградский государственный социально-педагогический университет. E-mail: kate16051987@ya.ru
- Перминов
Евгений Владимирович*
– Волгоградский государственный социально-педагогический университет. E-mail: ev.perminov2016@yandex.ru
- Седых
Аркадий Петрович*
– доктор филологических наук, профессор кафедры общегуманитарных наук и массовых коммуникаций, Московский международный университет. E-mail: petrovitch59@mail.ru
- Селезнева
Диана Андреевна*
– ассистент кафедры русского языка и методики его преподавания, Волгоградский государственный социально-педагогический университет. E-mail: seleznyova.diana1999@yandex.ru
- Тютюнова
Олеся Николаевна*
– кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкого языка и методики его преподавания, Волгоградский государственный социально-педагогический университет.
E-mail: t-olessja@bk.ru
- Шмелева
Ольга Дмитриевна*
– кандидат филологических наук, доцент кафедры китайского языка, Волгоградский государственный социально-педагогический университет. E-mail: Super-vashka@mail.ru
- Филатова
Ирина Михайловна*
– кандидат филологических наук, ассистент кафедры русского языка и методики его преподавания, Волгоградский государственный социально-педагогический университет.
E-mail: irina.50390@yandex.ru
- Цзинью Чжсан*
– кандидат филологических наук, научный руководитель докторантуры, Сианьский технологический институт Миндэ, Сиань, Шэнъси. E-mail: isccac@mail.ru
- Яфэн Чжсан*
– кандидат филологических наук, доцент, преподаватель Школы иностранных языков, Синьцзянский университет, Урумчи, Синьцзян. E-mail: isccac@mail.ru





INFORMATION ABOUT AUTHORS

Arkadiy Sedykh

– Advanced PhD (Philology), Professor, Department of General Humanities and Mass Communications, International University in Moscow, E-mail: petrovitch59@mail.ru

Valeriya Buryakovskaya

– Advanced PhD (Philology), Head of Department of English Philology, Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: vburyakovskaya@yandex.ru

Victoriya Bogomazova

– PhD (Philology), Associate Professor, Department of English Language and its Teaching Methods, Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: v.bogomazova@rambler.ru

Vladimir Karasik

– Advanced PhD (Philology), Professor, Department of General and Russian Language Studies, Pushkin State Russian Language Institute, E-mail: vkarasik@yandex.ru

Diana Selezneva

– Assistant, Department of Russian Language and its Teaching Methods, Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: seleznyova.diana1999@yandex.ru

Evgeniy Perminov

– Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: ev.perminov2016@yandex.ru

Evgeniya Brysina

– Advanced PhD (Philology), Professor, Department of Russian Language and its Teaching Methods, Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: filolog@vspu.ru

Ekaterina Bobyreva

– Advanced PhD (Philology), Professor, Department of English Philology, Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: new_life@mail.ru

Ekaterina Matyushenko

– PhD (Philology), Associate Professor, Department of Language Studies, Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: kate16051987@ya.ru

Elena Grebenyuk

– PhD (Philology), Associate Professor, Department of German Language and its Teaching Methods, Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: elena_bolfdareva@mail.ru

Irina Ivankova

– PhD (Philology), Associate Professor, Department of German Language and its Teaching Methods, Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: irina-ivankova@yandex.ru

Irina Filatova

– PhD (Philology), Assistant, Department of Russian Language and its Teaching Methods, Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: irina.50390@yandex.ru

Jinyou Zhang

– PhD (Philology), Academic adviser of Doctoral Studies, Xian University of Technology, Mingde, Xian, Shaanxi, E-mail: isccac@mail.ru

Kristina Dekatova,

– Advanced PhD (Philology), Professor, Head of Department of Russian Language and its Teaching Methods, Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: dekatovaki@mail.ru

- Nikolay Krasavskiy* – Advanced PhD (Philology), Professor, Department of German Language and its Teaching Methods, Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: nkrasawski@yandex.ru
- Ralina Zubairova* – Assistant, Department of English Philology, Linguodidactics and Translation, Astrakhan State University, E-mail: scharipova.ralina@yandex.ru
- Tatyana Gonnova* – PhD (Philology), Department of Theory and Teaching Methods of Primary Education, Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: concept-t@mail.ru
- Tatyana Ionova* – PhD (Philology), Associate Professor, Department of English Language and its Teaching Methods, Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: Ionowa.tatiana@yandex.ru
- Olga Shmeleva* – PhD (Philology), Associate Professor, Department of Chinese Language, Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: Super-vashka@mail.ru
- Olesya Tyutyunova* – PhD (Philology), Associate Professor, Department of German Language and its Teaching Methods, Volgograd State Socio-Pedagogical University, E-mail: t-olessja@bk.ru
- Yafeng Zhang* – PhD (Philology), Associate Professor, Lecturer, School of Foreign Languages, Xinjiang University, Urumqi, Xinjiang, E-mail: isccac@mail.ru



СОСТАВ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ

Главный редактор

Н.А. Красавский, д-р филол. наук, проф.

Зам. главного редактора:

К.И. Декатова, д-р филол. наук, доц.

Редакционная коллегия:

Я.А. Волкова, д-р филол. наук, проф. (Москва)

С.Г. Воркачёв, д-р филол. наук, проф. (Краснодар)

А.Х. Гольденберг, д-р филол. наук, проф.

Д.Ю. Гулинов, д-р филол. наук, проф.

В.В. Дементьев, д-р филол. наук, проф (Саратов)

Л.В. Жаравина, д-р филол. наук, проф.

В.И. Карасик, д-р филол. наук, проф. (Москва)

А.А. Кораблев, д-р филол. наук, проф. (Донецк)

М.Ч. Ларионова, д-р филол. наук, доц. (Ростов-на-Дону)

О.А. Леонтович, д-р филол. наук, проф.

Г.Б. Мадиева, д-р филол. наук, проф. (Алматы, Казахстан)

В.М. Мокиенко, д-р филол. наук, проф. (Санкт-Петербург)

С.А. Мызников, д-р филол. наук, проф. (Санкт-Петербург)

Н.Н. Панченко, д-р филол. наук, проф.

С.В. Перевалова, д-р филол. наук, доц.

Л.Н. Савина, д-р филол. наук, доц.

В.И. Супрун, д-р филол. наук, проф.

Н.Е. Тропкина, д-р филол. наук, проф.

А.А. Фокин, д-р филол. наук, доц. (Ставрополь)

Цзиньлин Ван, д-р филол. наук, проф. (Чанчунь, КНР)

Э.Ф. Шафранская, д-р филол. наук, доц. (Москва)

СОСТАВ НАУЧНО-РЕДАКЦИОННОГО СОВЕТА

А.М. Коротков, председатель совета, член-корр. РАО, ректор ВГСПУ, д-р пед. наук, проф.

Н.А. Красавский, д-р филол. наук, проф.

М.В. Великанов, отв. секретарь редколлегии