



ULRICHSWEB™
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

ISSN 2413-6182

eISSN 2658-4867

КОММУНИКАТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

COMMUNICATION STUDIES

Тематический выпуск

Коммуникативные стратегии
и тактики русской речи

Thematic issue

Communicative strategies
and tactics of Russian speech

2020. Т. 7. № 2

2020, Vol. 7, no. 2

**КОММУНИКАТИВНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ
2020. Т. 7. № 2**

Редакционная коллегия

Главный редактор

д-р филол. наук, проф.
О.С. Иссерс (Омск, Россия)

д-р философии, проф.
Р. Андерсон (Лос-Анджелес, США)

д-р филол. наук, проф.
А.Н. Баранов (Москва, Россия)

д-р филол. наук, проф.
Н.В. Богданова-Бегларян
(Санкт-Петербург, Россия)

д-р философии, проф.
Д. Вайс (Цюрих, Швейцария)

д-р филол. наук, проф.
М.А. Кронгауз (Москва, Россия)

д-р филол. наук, проф.
Л.П. Крысин (Москва, Россия)

д-р филол. наук, проф.
Л.А. Кудрявцева (Киев, Украина)

д-р филол. наук, проф.
Э. Лассан (Вильнюс, Литва)

д-р филол. наук, проф.
Б.Ю. Норман (Минск, Беларусь)

д-р филологии, проф.
Р. Ратмайр (Вена, Австрия)

д-р филологии, проф.
Л. Рязанова (Эдинбург, Великобритания)

д-р филол. наук, проф.
И.А. Стернин (Воронеж, Россия)

д-р филол. наук, проф.
В.Е. Чернявская (Санкт-Петербург,
Россия)

д-р филол. наук, проф.
А.П. Чудинов (Екатеринбург, Россия)

д-р филол. наук, проф.
А.Д. Шмелев (Москва, Россия)

Ответственный секретарь

канд. филол. наук, доц.
М.В. Терских (Омск, Россия)

**COMMUNICATION
STUDIES
2020, Vol. 7, no. 2**

Editorial Staff

Editor-in-Chief

Prof. O.S. Issers
(Omsk, Russia)

Ph.D. R. Anderson
(Los Angeles, USA)

Prof. A.N. Baranov
(Moscow, Russia),

Prof. N.V. Bogdanova-Beglaryan
(St. Petersburg, Russia)

Prof. V.E. Chernyavskaya
(St. Petersburg, Russia)

Prof. A.P. Chudinov
(Yekaterinburg, Russia)

Prof. M.A. Kronhaus
(Moscow, Russia)

Prof. L.P. Krysin
(Moscow, Russia)

Prof. L.A. Kudryavtseva
(Kyiv, Ukraine)

Prof. E. Lassan
(Vilnius, Lithuania)

Prof. B.Yu. Norman
(Minsk, Belarus)

Ph.D. R. Rathmayr
(Vienna, Austria)

Ph.D. L. Ryazanova
(Edinburgh, UK)

Prof. I.A. Sternin
(Voronezh, Russia)

Prof. A.D. Shmelev
(Moscow, Russia)

Ph.D. D. Weiss
(Zurich, Switzerland)

Executive secretary of the journal

Dr. M.V. Terskikh
(Omsk, Russia)

**КОММУНИКАТИВНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ
2020. Т. 7. № 2**

Основан в 2014 г.

Выходит 4 раза в год

Учредитель – Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Издается в рамках научного сотрудничества с Институтом русского языка им. В.В. Виноградова РАН

Технический редактор Н.В. Москвичёва
Дизайн обложки З.Н. Образова
Переводчик А.Ю. Енарьева

Свидетельство о регистрации СМИ
ПИ № ФС77-72190 от 15 января 2018 г.
Выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

ISSN 2413-6182

eISSN 2658-4867

«Коммуникативные исследования» – рецензируемый научный журнал, в котором представлены исследования в области коммуникативистики.

К публикации принимаются статьи на русском и английском языках

Включен в перечень ВАК.

Включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).

Адрес редакции
644077, Россия, Омская обл., г. Омск,
пр-т Мира, д. 55а, 2 корпус ОмГУ, каб. 221
Тел.: +7(3812)22-98-15

Сайт журнала: <http://com-studies.org/ru>

Дата выхода: 30.06.2020.

Ризографическая печать.

Формат 60×84 1/8.

Заказ 103. Тираж 60 экз.

Объединенный подписной каталог «Пресса России». Индекс 94243.

Свободная цена

Отпечатано в типографии Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского

Адрес издателя и типографии
644077, Россия, Омская обл., г. Омск,
пр-т Мира, д. 55а

**COMMUNICATION
STUDIES
2020, Vol. 7, no. 2**

Founded in 2014

Published four times a year

Founded by Dostoevsky Omsk State University

The journal is published within the framework of scientific cooperation with Vinogradov Russian Language Institute of the Russian Academy of Science (RAS)

Technical editor N.V. Moskvicheva
Design of cover Z.N. Obrazova
Interpreter A.Yu. Yenaryeva

Journal Registration Certificate
ПИ No. ФС77-72190 of January 15, 2018.
Given by The Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media

ISSN 2413-6182

eISSN 2658-4867

"Communication Studies" is a peer-reviewed academic journal focusing on the study of communication science.

The Journal publishes articles in Russian and English

Included in VAC list.

Included in Russian Science Citation Index.

Address of editorial office
office 221, 2nd OmSU corpus, 55a, Mira pr.,
Omsk, Omsk Oblast, 644077, Russia
Phone: +7(3812)22-98-15

Site of Journal: <http://com-studies.org/ru>

Date of publication: June 30, 2020.

Risograph printing.

Format 60×84 1/8.

Order 103. Circulation of 60 copies

United subscription catalog "The Russian Press". Index 94243.

Free price

Published by Dostoevsky Omsk State University

Address of publisher and printing house
55a, Mira pr., Omsk, Omsk Oblast, 644077,
Russia

СОДЕРЖАНИЕ

CONTENTS

ПРЕДИСЛОВИЕ РЕДАКТОРА

EDITOR'S NOTE

Иссерс О.С. Более полувека под зонтиком коммуникативных стратегий..... 243

Issers O.S. More than half a century under the umbrella of communication strategies.....243

Раздел I. ИССЛЕДОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ДИСКУРСИВНЫХ ПРАКТИК:
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Part I. STUDY OF MODERN DISCOURSIIVE PRACTICES: STRATEGIC ASPECT

Агеева Ю.В. Реализации главной коммуникативной стратегии интервьюера в ходе собеседования при приеме на работу..... 259
Деметьев В.В. Трансформации научных жанров в контексте стратегий наукометрии..... 272
Менг К., Протасова Е. Когда не хватает слов: тактики поддержания разговора у русско-немецких билингвов..... 283
Норман Б.Ю. Согласие и несогласие в свете теории речевых актов 300
Янко Т.Е. Просодические стратегии чтения и устного нарратива 316

Ageeva Ju.V. Implementation of interviewers' main communicative strategy in a job interview259
Demytyev V.V. Transformation of scientific genres in the context of scientometric strategies.....272
Meng K., Protassova E. Running out of words: tactics for maintaining conversation among Russian-German bilinguals283
Norman B.Ju. Agreement and disagreement in the light of the theory of speech acts.....300
Yanko T.E. Prosodiac strategies of reading and oral narrative316

Раздел II. КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ
В ДИСКУРСАХ МЕДИА, РЕКЛАМЫ И PR

Part II. COMMUNICATIVE STRATEGIES IN MEDIA,
ADVERTISING AND PR DISCOURSES

Брусенская Л.А., Куликова Э.Г. Лингвопрагматические параметры маркетинговых коммуникаций 333
Вепрева И.Т., Уонг Минь Туан. Стратегия позитивной медиатизации войны во Вьетнаме (по материалам «Правды» и «Комсомольской правды» 1965 г.)..... 351
Ромашова И.П. Стратегии и тактики легитимации в корпоративном дискурсе... 365

Brusenskaya L.A., Kulikova E.G. Linguo-pragmatic parameters of marketing communications333
Vepreva I.T., Uong Minh Tuan. Strategy of positive mediatization of war in Vietnam (based on newspapers "Pravda" and "Komsomol'skaya pravda", 1965)351
Romashova I.P. Legitimation strategies and tactics in corporate discourse.....365

Раздел III. КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ
В ИССЛЕДОВАНИЯХ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

Part III. COMMUNICATIVE ASPECTS IN STUDIES OF LITERARY TEXTS

Брыкова А.А. Повествовательные стратегии в советском детском графическом рассказе (сопоставительный анализ рассказов про Умную Машу с текстами Д. Хармса и Н. Гернет) 379

Brykova A.A. The narrative strategies of the Soviet graphic stories for children (a comparative analysis of the graphic stories about Clever Masha with D. Kharms's and N. Gernet's texts)379

| | |
|---|--|
| <i>Куликова Л.В., Микалаускайте Е.Ю.</i> Функционально-прагматический подход к исследованию ксенонарративных текстов в пространстве литературно-нарративной коммуникации403 | <i>Kulikova L.V., Mikalauskaite E.Iu.</i> Xenonarrative texts in literary and narrative communication: functional and pragmatic approach 403 |
| <i>Северская О.И.</i> «Побудь со мной. Поговори со мной»: стратегии взаимодействия с читателем в современной поэзии.....419 | <i>Severskaya O.I.</i> “Stay with me. Talk to me”: reader interaction strategies in modern poetry 419 |

Раздел IV. КОММУНИКАТИВНАЯ ДИДАКТИКА

Part IV. COMMUNICATIVE DIDACTICS

| | |
|---|---|
| <i>Моисеенко И.М., Мальцева-Замковая Н.В., Чуйкина Н.В.</i> Смысловое сжатие текста как компонент коммуникативной компетенции.....439 | <i>Moiseenko I.M., Maltseva-Zamkovaja N.V., Tšuiкина N.V.</i> Conceptual compression of a text as a component of communicative competence 439 |
|---|---|

Раздел V. РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА

Part V. REVIEWS. CHRONICLE

| | |
|---|--|
| <i>Куссе Х.</i> О Борисе Юстиновиче Нормане и его книге «Прагматический потенциал русской лексики и грамматики» (Екатеринбург; Москва, 2019)461 | <i>Kusse H.</i> About Boris Yustinovich Norman and his book “The pragmatic potential of Russian vocabulary and grammar” (Yekaterinburg, Moscow, 2019)..... 461 |
| <i>Пестова А.Р.</i> Международная научная конференция «Повседневная речь как объект лексикографии» (Тринадцатые Шмелевские чтения)468 | <i>Pestova A.R.</i> An International scholarly conference “Everyday speech as the object of lexicography” (the Thirteenth Shmelev Readings)..... 468 |
| Информация для авторов483 | Information for author’s 489 |

Тематический выпуск

**КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ
И ТАКТИКИ РУССКОЙ РЕЧИ**

Thematic issue

**COMMUNICATIVE STRATEGIES
AND TACTICS OF RUSSIAN SPEECH**

ПРЕДИСЛОВИЕ РЕДАКТОРА

EDITOR'S NOTE

БОЛЕЕ ПОЛУВЕКА ПОД ЗОНТИКОМ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ

О.С. Иссерс

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)

Аннотация: Статья предваряет тематический выпуск, посвященный изучению коммуникации в аспекте стратегий и тактик речевого поведения. Автор видит причины активного внимания к анализу речевого поведения в антропоцентризме, ставшем ведущим подходом в лингвистических исследованиях в последние десятилетия. Понятие стратегии позволяет осмыслить отдельные речевые действия говорящего как осуществление единого когнитивного плана. Представлен краткий экскурс в историю изучения коммуникативных стратегий и тактик за рубежом и в России. Обозначены основные направления в коммуникативных исследованиях, где используются понятия стратегии и тактики. Отмечено, что большая часть исследований посвящена описанию стратегий и тактик в конкретных социальных сферах либо институтах и средствам их языкового воплощения. Обзор статей тематического выпуска позволяет увидеть спектр возможных приложений теории стратегической коммуникации к анализу современных дискурсивных практик, в том числе и билингвальных. Как можно судить по публикациям тематического выпуска, понятие коммуникативной стратегии применяется также для анализа медийных, маркетинговых, корпоративных коммуникаций и художественного текста. Сделан вывод о том, что разнообразие аспектов и подходов в российских и зарубежных работах свидетельствует об исследовательском потенциале самой концепции и возможностях ее приложения к различным сферам коммуникации.

Ключевые слова: коммуникация, коммуникативное поведение, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, стратегическая коммуникация.

Для цитирования:

Иссерс О.С. Более полувека под зонтиком коммуникативных стратегий // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 2. С. 243–256. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).243-256.

Сведения об авторе:

Иссерс Оксана Сергеевна, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой теоретической и прикладной лингвистики, декан факультета филологии и медиакommunikаций

ORCID: 0000-0003-4027-6346

Контактная информация:

Почтовый адрес: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

E-mail: isserso@mail.ru

Дата поступления статьи: 10.05.2020

Дата принятия в печать: 15.05.2020

Коммуникативные стратегии как феномен человеческого общения стали активно изучаться на Западе с 1960-х гг. [Parsons 1963; Marwell & Schmitt 1967; Clark and Delia 1979; Miller, Boster, Roloff and Seibold 1997; Дейк 1987; Дейк, Кинч 1988]. В отечественной лингвистике первые публикации, ориентированные на коммуникативную теорию стратегического поведения, появились в 1980-х гг. [Демьянков 1982; Ыйм 1985; Верещагин, Ротмайр, Ройтер 1992; Астафурова 1997]. За последние два десятилетия описание речевого поведения в терминах коммуникативных стратегий и тактик стало одним из наиболее популярных направлений в гуманитарных науках. Активный интерес исследователей к вопросам взаимосвязи языка и коммуникативного поведения человека обусловлен преобладающим в современной лингвистике антропоцентрическим подходом. В рамках многих задач, диктуемых социальным заказом в сфере политики, социально-экономического регулирования и государственного управления, особую значимость приобретает вопрос об осознанности и планировании говорящим своей речи, в связи с чем анализ коммуникативных стратегий и тактик становится все более актуальным как в собственно лингвистических, так и в междисциплинарных исследованиях.

Понятие стратегии было заимствовано многими гуманитарными науками из военной сферы и оказалось востребованным в тех областях, где необходим прогноз долгосрочных результатов и контроль за осуществлением плана, – в политике, экономике, Public Relations, психологии и других сферах. В частности, в маркетинговых коммуникациях стратегия позволяет «отыскать своего рода зонтик, под защитой которого якобы все последовательно и происходит» (цит. по: [Смит, Бэрри, Пулфлорд 2001: 106]). В коммуникативистике стремление осмыслить и представить отдельные речевые действия как факты проявления общей стратегии позволяет реконструировать замысел говорящего (во многих случаях неотрефлексированный им самим) и объяснить совокупность и последовательность речевых действий как осуществление единого когнитивного плана.

Изучение феномена коммуникативных стратегий и тактик активизировалось в лингвистике на рубеже веков и на протяжении последних двух десятилетий является одним из наиболее популярных направлений современных коммуникативно-прагматических исследований. При этом разнообразие аспектов и подходов в российских и зарубежных работах свидетельствует об исследовательском потенциале самой концепции и

возможностях ее приложения к различным сферам коммуникации. Так, сущность исследуемого понятия, варианты его терминологического обозначения и принципы типологизации стратегий и тактик обсуждаются в публикациях [Стернин 1989; Борисова 1996; Иссерс 1999; Янко 2001; Ухванова 2000; Ключев 2002; Кашкин 2007; Артемова, Катышев 2008]. Понятие коммуникативной стратегии и тактики включено в словарь-справочник «Эффективное речевое общение (базовые компетенции)» [Сквородников 2014].

Значительное количество исследований, в том числе и диссертационных, посвящено инвентаризации стратегий и тактик в конкретных социальных сферах либо институтах, а также их языковому воплощению [Красноперова 2005; Кашкин 2007; Кузнецов 2009; Савин 2009; Кобозева 2010].

Стремительно расширяются сферы, к которым обращаются лингвисты в целях изучения стратегий коммуникативного поведения. Ранее других в поле исследовательского интереса попали коммуникативные стратегии политического дискурса [Паршина 2005; Зигманн 2003; Ярославцева 2007; Назарова, Золотарев 2018; Koutsombogera, Papageorgiou 2010]. Этот интерес к стратегическому аспекту речевого поведения политиков не иссякает и по сей день. Так, Р.З. Назарова, М.В. Золотарев описывают речевые тактики убеждения, использованные российскими политиками с целью привлечения электората, а также тактики сокращения дистанции между автором дискурса и его адресатом [Назарова, Золотарев 2018]. О.В. Попова рассматривает коммуникативные стратегии с точки зрения влияния интроверсии/экстраверсии говорящего [Попова 2018]. По словам исследователя, темперамент политика влияет на выбор типа аргументации и стратегий убеждения в ходе дискуссий и споров. Вопросы речевого убеждения в политическом диалоге, а также невербальные элементы коммуникативного поведения политиков рассматриваются в трудах М. Koutsombogera, Н. Papageorgiou [Koutsombogera, Papageorgiou 2010].

В то же время в последние годы фокус исследовательского интереса смещается в сторону экономической, деловой, культурной, научной, религиозной сфер [Хомутова 2015; Покотыло 2017; Чалова 2017], активно изучаются коммуникативные аспекты профессионального общения [Акаева 2007; Барсукова 2007; Агеева 2017], факторы влияния возрастных и иных социо-демографических параметров [Лемяскина, Стернин 2000; Осипова 2019], а также стратегически значимые речевые действия в юридическом аспекте [Осадчий 2012; Артемова, Катышев 2008; Никифорова 2013].

Не менее популярным объектом для коммуникативно-прагматического анализа становится масс-медийный дискурс – в частности, телевизионный, радиийный и др. его подвиды [Ilie 2001; Нестерова 2012, 2015; Залегдинова 2012]. В публикации [Larina, Ozyumenko & Ponton 2019] представлены результаты исследования медийного дискурса о России в запад-

ных СМИ. Анализируя языковые средства, создающие неоднозначность и неопределенность в трансляции представлений о России, авторы приходят к выводу о реализации стратегической установки зарубежных медиа. В работах Н.Г. Нестеровой проводится анализ стратегий и тактик представления адресанта и адресата, а также вербальных и невербальных приемов, направленных на оптимизацию речевого взаимодействия в сфере радиокommunikации [Нестерова 2012, 2015]. Особенности ток-шоу как отдельного вида речевого взаимодействия, отличающегося от обычного телевизионного интервью, рассматриваются в работе С. Ilie [Ilie 2001]. Специфика коммуникативных стратегий обнаруживается в условиях их реализации через посредство определенных каналов, форматов, жанров. Так, специфика вербализации различных видов коммуникативных стратегий и тактик в политическом ток-шоу описаны в работе А.Р. Залегдиновой [Залегдинова 2012].

Стратегические аспекты коммуникации тесно связаны с проблемой ее эффективности и анализом коммуникативных неудач. Многие отечественные и зарубежные исследователи придерживаются мнения о том, что коммуникация – это далеко не идеально протекающий процесс, именно поэтому необходимо анализировать причины коммуникативных сбоев. Вопросам коммуникативных неудач посвящены работы [Verdonik 2010; Mustajoki 2013; Keysar 2007]. Анализ положительных и отрицательных моментов общения с учетом социальных и индивидуальных характеристик говорящих представлен в трудах И. Кешкеша, по мнению которого такие диаметрально противоположные понятия, как «кооперация» и «эгоцентризм», не являются взаимоисключающими при описании процесса коммуникации [Kecskes 2010].

Таким образом, сегодня в отечественных и зарубежных публикациях для многих сфер общественной жизни можно обнаружить номенклатуру коммуникативных стратегий и тактик, а также описание способов их языковой реализации. Однако возможности использования понятий стратегии и тактики в описании коммуникативного поведения человека далеко не исчерпаны. Более того, в современных подходах к анализу коммуникативного поведения обнаруживаются новые перспективы. В этом убеждают публикации авторов предлагаемого тематического выпуска.

Исследования современных дискурсивных практик представлены в нем весьма разнообразным и нетривиальным материалом. Так, В.В. Деметьев анализирует трансформацию жанра научной статьи в контексте стратегии наукометрии. Осмысление требований к современным научным публикациям в аспекте стратегий порождения и структурирования текста («их пишут по-другому») позволяет лучше понять и речевую специфику научной речи, и задачи наукометрии.

Ю.В. Агеева представляет результаты исследования т.н. «рекрутингового» дискурса – нового подтипа дискурсивных практик в сфере делового

вого общения, основанные на анализе речевого поведения специалиста в сфере подбора кадров. В рамках решения сверхзадачи рекрутера по диагностике потенциального работника рассматриваются различные коммуникативные тактики, способствующие выявлению личностных и профессиональных качеств соискателя.

Исследование К. Менг и Е. Протасовой посвящено анализу стратегий социального взаимодействия между русско-немецкими билингвами – молодыми российскими немцами, которые приехали в Германию маленькими детьми или родились там. Как убедительно продемонстрировано в исследовании, разная степень компетентности в обоих языках приводит говорящих к выбору различных языковых средств и приемов (тактик), типичных для ситуаций общения в малых билингвальных группах.

Коммуникативные категории согласия и несогласия являются объектом исследования Б.Ю. Нормана. Анализ материала позволяет рассматривать их в рамках коммуникативной стратегии говорящего: они могут выступать как реплики, регулирующие развитие диалога; семантические пресуппозиции, входящие в состав разнообразных речевых актов; доминирующие лингвopsихологические установки при производстве текста, а также коммуникативные характеристики языковой личности.

Просодическим средствам реализации коммуникативных стратегий посвящены многочисленные исследования Т.Е. Янко. И в статье тематического выпуска автор анализирует феномен дискурсивной незавершенности в звучащей речи. Показано, что основным средством указания на то, что текущее сообщение не завершает текста, служит просодия.

Отдельной исследовательской задачей является изучение коммуникативных стратегий в медийных, маркетинговых и корпоративных коммуникациях. Так, в публикации И.Т. Вепревой и У.М. Туана представлен анализ стратегии позитивной медиатизации вьетнамской войны в советских СМИ. На материале военного конфликта 1960-х гг. демонстрируется стратегический потенциал публицистического текста, когда восприятие общественных коллизий и их оценку активно формировали советские СМИ, являющиеся рупором официальной власти.

Лингвопрагматические параметры маркетинговых коммуникаций описаны в работе Л.А. Брусенской и Э.Г. Куликовой. Авторы представляют их как совокупность характеристик, определяющих специфику дискурса / текста, и включают, помимо традиционно выделяемых, параметры иерархичности коммуникантов, лингвокультурной обусловленности и прогнозируемой лакунарности при встраивании текстов в другие лингвокультуры. Стратегически значимым для рассматриваемой коммуникативной практики является, по мнению авторов, ортологический параметр, который включает в состав обязательных и этико-лингвистические нормы, с учетом их динамики и лингвокультурной специфичности.

Типология стратегий и тактик легитимации представлена в исследовании И.П. Ромашовой. Под легитимацией автор статьи понимает дис-

курсивные практики обеспечения позитивного отношения общества к социальному институту. Установлено, что для обеспечения легитимации корпорации чаще всего применяют стратегию моделирования образов лояльных целевых аудиторий и стратегию построения позитивного имиджа корпорации. Выявлено, что гиперстратегия положительной самопрезентации реализуется через ряд субстратегий, позволяющих представить корпорации как легальные, авторитетные, престижные.

Применение инструментария коммуникативной лингвистики стало популярным направлением в анализе художественного текста. В тематическом выпуске представлены исследования прозаического, поэтического и поликодового текста. Так, А.А. Брыкова вводит понятие повествовательной стратегии, под которой понимает речевые стратегии информативных повествовательных жанров, направленные на создание сюжетного речевого произведения. Анализ двух версий графических рассказов про Умную Машу позволяет выявить в том числе и просветительскую стратегию авторов.

В статье Л.В. Куликовой и Е.Ю. Микалаускайте вводится в научный оборот понятие литературного ксенонарратива – особого типа литературно-нарративной коммуникации, реализующего специфические коммуникативные функции и стратегии, направленные на дискурсивную обработку культурно-языковой чужеродности. На основании анализа текстовых особенностей литературного ксенонарратива выявлена его центральная интенция – «минимизация стресса адаптации в коммуникативном контексте чужеродности», которая в концепции авторов исследования выделяется и как метафункция ксенонарратива.

О.И. Северская размышляет о стратегии взаимодействия автора с читателем в поэтическом тексте. Исходя из идеи о принципиальной обратимости текстопорождающих и интерпретационных стратегий, автор предлагает свою классификацию стратегий и тактик, чаще всего используемых в современной поэзии. В этой классификации основным коммуникативным стратегиям самопрезентации и сближения с читателем сопоставляются вспомогательные дискурсивные стратегии и тактики актуализации, театрализации и диалогизации текста.

Опыт российских и зарубежных методистов доказал продуктивность применения инструментария коммуникативных стратегий и тактик к задачам лингводидактики. В тематическом выпуске данный подход представлен в статье ученых Таллинского университета И.М. Моисеенко, Н.В. Мальцевой-Замковой и Н.В. Чуйкиной, где навык смыслового сжатия текста рассматривается как компонент коммуникативной компетенции.

Многообразие подходов и аспектов, заявленных в тематическом выпуске журнала, – всего лишь малая доля исследований, осуществляемых в рамках научной парадигмы «стратегической коммуникации». На наш взгляд, это разнообразие приложений теории не противоречит цельно-

сти концепции и демонстрирует ее несомненный потенциал для дальнейших научных поисков.

Список литературы

- Агеева Ю.В.* Собеседование в рекрутинге: коммуникативные стратегии и тактики: монография. М.: Флинта, 2018. 256 с.
- Акаева Э.В.* Коммуникативные стратегии профессионального медицинского дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Омск, 2007. 22 с.
- Артемова Т.В., Катышев П.А.* К вопросу об определении понятия «риторическая стратегия» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2008. № 1 (1). Ч. I. С. 11–13.
- Астафурова Т.Н.* Стратегии коммуникативного поведения в профессионально значимых ситуациях межкультурного общения (лингвистический и дидактический аспекты): дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.02, 10.02.19. М., 1997. 342 с.
- Барсукова М.И.* Стратегии и тактики речевого поведения врача: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Саратов, 2007. 141 с.
- Борисова И.Н.* Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге // Русская разговорная речь как явление городской культуры. Екатеринбург, 1996. С. 21–48.
- Верецагин Е.М., Ротмайр Р., Ройтер Т.* Речевые тактики «призыва к откровенности» // Вопросы языкознания. 1992. № 6. С. 82–94.
- Дейк ван Т.А.* Язык, познание, коммуникация. М., 1989. 312 с.
- Дейк ван, Т.А., Кинч В.* Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23. М., 1988. URL: <http://philologos.narod.ru/ling/dijk.htm>.
- Демьянков В.З.* Конвенции, правила и стратегии общения (интерпретирующий подход к аргументации) // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. Т. 41, № 4. 1982. С. 327–337.
- Залегдинова, А.Р.* Основные стратегии и тактики в общественно-политическом дискуссионном ток-шоу (на материале русского и английского языков). Филология и культура. 2012. № 3. С. 47–50.
- Зигманн Ж.В.* Структура современного политического дискурса (Речевые жанры и речевые стратегии): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. М., 2003. 239 с.
- Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Эditorиал УРСС. М., 1999. 288 с.
- Кашкин В.Б.* Основы теории коммуникации: Краткий курс. М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. 256 с.
- Клюев Е.В.* Речевая коммуникация: учебное пособие для университетов и институтов. М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002. 320 с.
- Кобозева М.А.* Единицы исследования когнитивных и речевых стратегий ввода темы в научно-популярном дискурсе // Актуальные проблемы лингвистики и методики преподавания иностранных языков: материалы Всерос. науч.-практ. конф.: в 3 ч. Ч. 1. Уфа: РИЦ БашГУ, 2010. С. 190–194.
- Котов А. А.* Механизмы речевого воздействия в публицистических текстах СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2003. 21 с.
- Красноперова Ю.В.* Дискурсивные стратегии участников интервью: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Иркутск, 2005. 236 с.

- Кузнецов И.В.* Риторические стратегии литературного дискурса (на материале русской словесности XI–XIX вв.): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.08. М., 2009. 43 с.
- Лемякина Н.А., Стернин И.А.* Коммуникативное поведение младшего школьника. Воронеж: ВГУ, 2000. 195 с.
- Михалева О.Л.* Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2004.
- Назарова Р.З., Золотарев М.В.* Речевые тактики убеждения в современном российском предвыборном дискурсе (на примере президентской кампании 2017–2018 гг.). Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2018. Т. 18, вып. 4. С. 394–399.
- Нестерова Н.Г.* Коммуникативные стратегии и тактики в спонтанном радиодискурсе // Знак: проблемное поле медиаобразования. Научный журнал. № 2 (10). 2012. С. 55–60.
- Нестерова Н.Г.* Современный радиодискурс (Коммуникативно-прагматический аспект). Томск: Изд-во Том. ун-та, 2015. 320 с.
- Никифорова Э.Ш.* Стратегии коммуникативного воздействия в аргументативно-суггестивных текстах: на примере текстов судебного дискурса английского, русского и казахского языков: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Тюмень, 2013. 21 с.
- Осадчий М. А.* Русский язык на грани права: Функционирование современного русского языка в условиях правовой регламентации речи. М.: ЛЕНАНД, 2014. 300 с.
- Осипова А.А.* Коммуникативные стратегии и тактики в речевом поведении ребенка дошкольного возраста: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Владивосток, 2019. 20 с.
- Паршина О.Н.* Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России. Астрахань, 2004. 196 с.
- Покотыло М.В.* Коммуникативные стратегии в научном дискурсе: функционально-прагматический потенциал и специфика реализации // Гуманитарные и социальные науки. 2017. № 2. С. 167–173.
- Попова О.В.* Особенности речевого поведения личности интровертного и экстравертного типов в парламентском дискурсе // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2018. Т. 17, № 2. С. 134–142.
- Попова Т.И.* Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте. СПб.: Филол. факультет СПбГУ. Серия «Филологические исследования». 2002. 220 с.
- Рожкова О.Е.* Когнитивно-прагматические аспекты политического дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Калининград, 2003. 22 с.
- Савин Г.А.* Коммуникативные стратегии и тактики в речевом жанре современной православной проповеди: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2009. URL: <http://www.slideshare.net/Umoscowseminary/c-1347506> (дата обращения: 12.03.2020).
- Салахова А.Г.* Стратегия аргументации в религиозном интернетдискурсе // Вестник ЧГУ. 2010. № 34. С. 109–112.
- Сковородников А.П.* Коммуникативные стратегии и тактики // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): словарь-справочник / под ред. А.П. Сковородникова. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2014. С. 229–230.

- Смит П., Бэрри К., Пулфлорд А.* Коммуникации стратегического маркетинга: учеб. пособие / пер. с англ.; под ред. проф. Л.Ф. Никулина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 415 с.
- Стернин И.А.* О понятии коммуникативного поведения // *Kommunikativfunktionale Sprachbetrachtung*. Halle, 1989. P. 279–282.
- Ухванова И.Ф.* Операционализация коммуникативных стратегий с позиций каузально-генетической теории // *Методология исследований политического дискурса*. Минск, 2000. Вып. 2. С. 198–202.
- Хомутова Т.Н.* Стратегии научного дискурса: интегральный подход // *Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика»*. 2015. Т. 12, № 3. С. 15–22.
- Чалова О.Н.* Стратегии и тактики научного дискурса // *Ученые записки Гомельского гос. ун-та им. Ф. Скорины*. 2017. Т. 24. С. 165–170.
- Черкасова И.С.* Реализация коммуникативной стратегии самопрезентации личности в русских и немецких объявлениях о знакомстве: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Волгоград, 2006. 21 с.
- Бйём Х.Я.* Прагматика речевого общения // *Теория и модели знаний: Труды по искусственному интеллекту*. Тарту, 1985 (Уч. зап. Тартус. ун-та, вып. 714). С. 196–207.
- Янко Т.Е.* Коммуникативные стратегии русской речи. М., 2001.
- Ярославцева А.Е.* Репрезентация речевых стратегий и тактик в агитационном тексте: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2007.
- Clark R.A., Delia J.G.* Topoi and rhetorical competence. *Quarterly Journal of Speech*. 1979. Vol. 65. P. 187–206.
- Hunter J.E., Boster F.J.* A model of compliance-gaining message selection // *Communication Monographs*. 1987. Vol. 54, № 3. P. 63–84.
- Ilie, C.* Semi-institutional Discourse: The Case of Talk-shows // *Journal of Pragmatics*. Vol. 33. Iss. 2. 2001. P. 209–254. DOI: 10.1016/S0378-2166(99)00133-2.
- Kecskes I.* The Paradox of Communication: Socio-Cognitive Approach to Pragmatics. *Pragmatics and Society*. 1. 2010. P. 50–73. DOI: 10.1075/ps.1.1.04kec.
- Keysar B.* Communication and Miscommunication: The Role of Egocentric Processes. *Intercultural Pragmatics*. 2007. № 4. P. 71–85.
- Koutsombogera M., Papageorgiou H.* Multimodal Indicators of Persuasion in Political Interviews. *Multimodal Communication in Political Speech. Shaping Minds and Social Action*. 2010. P. 16–29.
- Larina T., Ozyumenko V., Ponton D.M.* Persuasion strategies in media discourse about Russia: linguistic ambiguity and uncertainty. *Lodz Papers in Pragmatics* 15.1 (2019): 3–22. DOI: 10.1515/lpp-2019-0002.
- Marwell G., Schmitt D.R.* Dimensions of compliance-gaining behavior: An empirical analysis. *Sociometry*. 1967. Vol. 30. P. 350–364.
- Miller G.R., Boster F., Roloff J., Seibold D.* Compliance-gaining message strategies: A topology and some findings concerning effects of situational differences // *Communication Monographs*. 1977. Vol. 44. P. 37–51.
- Mustajoki A.* Risks of Miscommunication in various speech genres. – *Understanding by communication*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2013. P. 207–212.
- Parsons T.* On the concept of influence. // *The Public Opinion Quarterly*. 1963. Vol. 27. P. 37–62.

Verdonik D. Between Understanding and Misunderstanding // *Journal of Pragmatics*. 2010. № 42. P. 1364–1379.

References

- Ageeva, Yu.V. (2018), *Sobesedovanie v rekrutinge: kommunikativnye strategii i taktiki [Recruiting interview: communication strategies and tactics]*, Monograph, Moscow, Flinta publ., 256 p.
- Akaeva, E.V. (2007), *Kommunikativnye strategii professional'nogo meditsinskogo diskursa [Communicative strategies of professional medical discourse]*, Author's abstract of the dissertation, Omsk, 22 p.
- Artemova, T.V., Katyshev, P.A. (2008), *K voprosu ob opredelenii ponyatiya "ritoricheskaya strategiya" [To the question of the definition of the rhetorical strategy concept]*. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki [Philological Sciences. Problems of theory and practice]*, Tambov, Gramota publ., no. 1 (1). Part 1, pp. 11-13.
- Astafurova, T.N. (1997), *Strategii kommunikativnogo povedeniya v professional'no znachimyykh situatsiyakh mezhkul'turnogo obshcheniya (lingvisticheskii i didakticheskii aspekty) [Strategies of communicative behavior in professionally significant situations of intercultural communication (linguistic and didactic aspects)]*, Dissertation, Moscow, 342 p.
- Barsukova, M.I. (2007), *Strategii i taktiki rechevogo povedeniya vracha [Strategies and tactics of a doctor's speech behavior]*, Dissertation, Saratov, 141 p.
- Borisova, I.N. (1996), *Diskursivnye strategii v razgovornom dialoge [Discursive strategies in conversational dialogue]*. *Russkaya razgovornaya rech' kak yavlenie gorodskoi kul'tury [Russian colloquial speech as a phenomenon of urban culture]*, Yekaterinburg, pp.21-48.
- Chalova, O.N. (2017), *Strategii i taktiki nauchnogo diskursa [Strategies and tactics of scientific discourse]*, Teaching aids of Skoriny Gomel State university, vol.24, pp. 165-170.
- Cherkasova, I.S. (2006), *Realizatsiya kommunikativnoi strategii samoprezentatsii lichnosti v russkikh i nemetskikh obyavleniyakh o znakomstve [Implementation of a communicative strategy for self-presentation of a person in Russian and German dating ads]*, Dissertation, Volgograd, 21 p.
- Clark, R.A., Delia, J.G. (1979), *Topoi and rhetorical competence*. *Quarterly Journal of Speech*, 65, 187-206.
- Dijk, van, T.A. (1989), *Yazyk, poznanie, kommunikatsiya [Language, cognition, communication]*, Moscow, 312 p.
- Dijk, van, T.A., Kinch, V. (1988), *Strategii ponimaniya svyaznogo teksta [Strategies for understanding a coherent text]*. *Novoe v zarubezhnoi lingvistike [New in Foreign Linguistics]*, iss. 23, Moscow, available at: <http://philologos.narod.ru/ling/dijk.htm>.
- Demyankov, V.Z. (1982), *Konventsii, pravila i strategii obshcheniya (interpretiruyushchii podkhod k argumentatsii) [Conventions, rules and strategies of communication (interpretive approach to argumentation)]*, *Proceedings AS USSR. Series literature and language*, vol.41, no. 4, pp. 327-337.
- Hunter, J.E., Boster, F.J. (1987), *A model of compliance-gaining message selection*. *Communication Monographs*, vol.54, no. 3, 63-84.

- Ilie, C. (2001). Semi-institutional Discourse: The Case of Talk-shows // *Journal of Pragmatics*. Vol. 33. Iss. 2. pp. 209-254, [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(99\)00133-2](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(99)00133-2).
- Issers, O.S. (1999), *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech], Editorial URSS, Moscow, 288 p.
- Kashkin, V.B. (2007), *Osnovy teorii kommunikatsii: Kratkii kurs* [Fundamentals of communication theory: short course], Moscow, AST: Vostok – Zapad publ., 256 p.
- Khomutova, T.N. (2015), *Strategii nauchnogo diskursa: integral'nyi podkhod* [Strategies of scientific discourse: integrated approach], *YuUrGU Herald. Series: Linguistics*, vol. 12, no. 3, pp. 15-22.
- Klyuev, E.V. (2002), *Rechevaya kommunikatsiya: uchebnoe posobie dlya universitetov i institutov* [Speech Communication: Textbook for Universities and Institutes], Moscow, RIPOL KLASSIK publ., 320 p.
- Kecskes, I. (2010), *The Paradox of Communication: Socio-Cognitive Approach to Pragmatics*. *Pragmatics and Society*. 1. pp. 50-73. doi: 10.1075/ps.1.1.04kec.
- Keysar, B. (2007), *Communication and Miscommunication: The Role of Egocentric Processes*. *Intercultural Pragmatics*. No. 4. pp. 71-85.
- Kobozeva, M.A. (2010), *Edinitsy issledovaniya kognitivnykh i rechevykh strategii vvoda temy v nauchno-populyarnom diskurse* [Units of research on cognitive and speech strategies for introducing topics in popular scientific discourse]. *Aktual'nye problemy lingvistiki i metodiki prepodavaniya inostrannykh yazykov* [Topical problems of linguistics and methods of teaching foreign languages], *Proceedings of all-russian scientific conference in 3 volumes*, vol. 1, Ufa, RITs BashGU publ., pp. 190–194.
- Kotov, A.A. (2003), *Mekhanizmy rechevogo vozdeistviya v publitsisticheskikh tekstakh SMI* [The mechanisms of speech influence in journalistic texts of the mass media], *Author's abstract of the dissertation*, Moscow, 21 p.
- Koutsombogera, M., Papageorgiou, H. (2010), *Multimodal Indicators of Persuasion in Political Interviews*. *Multimodal Communication in Political Speech. Shaping Minds and Social Action*. pp. 16-29.
- Krasnoperova, Yu.V. (2005), *Diskursivnye strategii uchastnikov interv'yuu* [Discursive strategies of interview participants], *Dissertation*, Irkutsk, 236 p.
- Kuznetsov, I.V. (2009), *Ritoricheskie strategii literaturnogo diskursa (na materiale russkoi slovesnosti 11-19 vv.)* [Rhetorical strategies of literary discourse (based on the material of Russian literature of the 11th-19th centuries)], *Author's abstract of the dissertation*, Moscow, 43 p.
- Larina, T., Ozyumenko, V., Ponton, D.M. (2010), *Persuasion strategies in media discourse about Russia: linguistic ambiguity and uncertainty*. *Lodz Papers in Pragmatics* 15.1: 3–22. <https://doi.org/10.1515/lpp-2019-0002>.
- Lemyaskina, N.A., Sternin, I.A. (2000), *Kommunikativnoe povedenie mladshogo shkol'nika* [The communicative behavior of a primary school student], Voronezh, VGU publ., 195 p.
- Marwell, G., Schmitt, D.R. (1967), *Dimensions of compliance – gaining behavior: An empirical analysis*. *Sociometry*. 30, 350-364.
- Mikhaleva, O.L. (2004), *Politicheskii diskurs kak sfera realizatsii manipulyativnogo vozdeistviya* [Political discourse as a sphere of implementation of manipulative influence], *Dissertation*, Irkutsk.

- Miller, G.R., Boster, F., Roloff, J., Seibold, D. (1977), Compliance-gaining message strategies: A topology and some findings concerning effects of situational differences, *Communication Monographs*. 44, 37-51.
- Mustajoki, A. (2013), Risks of Miscommunication in various speech genres. – Understanding by communication. Cambridge: Cambridge Scholars publ., pp. 207-212.
- Nazarova, R.Z., Zolotarev, M.V. (2018), Rechevye taktiki ubezhdeniya v sovremennom rossiiskom predvybornom diskurse (na primere prezidentskoi kampanii 2017-2018 godov) [Speech tactics of persuasion in modern Russian election discourse (on the example of the 2017-2018 presidential campaign)], *Saratov University Proceedings, Series Sociology. Political science*, vol. 18, iss. 4, pp. 394-399.
- Nesterova, N.G. (2012), Kommunikativnye strategii i taktiki v spontannom radio-diskurse [Communicative strategies and tactics in spontaneous radio discourse]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* [Sign: problem field of media education], *Scientific journal*, no. 2 (10), pp. 55-60.
- Nesterova, N.G. (2015), *Sovremennyi radiodiskurs (Kommunikativno-pragmaticheskii aspekt)* [Modern radio discourse (Communicative-pragmatic aspect)], Tomsk, Tomsk University publ., 320 p.
- Nikiforova, E.Sh. (2013), *Strategii kommunikativnogo vozdeistviya v argumentativno-suggestivnykh tekstakh: na primere tekstov sudebnogo diskursa angliiskogo, russkogo i kazakhskogo yazykov* [Strategies of communicative impact in argumentative-suggestive texts: on the example of texts of judicial discourse in English, Russian, and Kazakh languages], Author's abstract of the dissertation, Tyumen, 21 p.
- Osadchii, M.A. (2014), *Russkii yazyk na grani prava: Funkcionirovanie sovremennogo russkogo yazyka v usloviyakh pravovoi reglamentatsii rechi* [Russian language on the verge of law: The functioning of the modern Russian language in the conditions of legal regulation of speech], Moscow, LENAND publ., 300 p.
- Osipova, A.A. (2019), *Kommunikativnye strategii i taktiki v rechevom povedenii rebenka doshkol'nogo vozrasta* [Communicative strategies and tactics in the speech behavior of a preschool child], Author's abstract of the dissertation, Vladivostok, 20 p.
- Parshina, O.N. (2004), *Strategii i taktiki rechevogo povedeniya sovremennoi politicheskoi elity Rossii* [Strategies and tactics of speech behavior of the modern political elite of Russia], Astrakhan, 196 p.
- Parsons, T. (1963). On the concept of influence. *The Public Opinion Quarterly*. 27, 37-62.
- Pokotylo, M.V. (2017), *Kommunikativnye strategii v nauchnom diskurse: funktsional'no-pragmaticheskii potentsial i spetsifika realizatsii* [Communicative strategies in scientific discourse: functional and pragmatic potential and specifics of implementation], *the humanities and social sciences*, no. 2, pp. 167-173.
- Popova, O.V. (2018), *Osobennosti rechevogo povedeniya lichnosti introvertnogo i ekstravertnogo tipov v parlamentskom diskurse* [Features of speech behavior of an introvert and extrovert in parliamentary discourse], *Volgograd state university herald, Series: 2, Linguistics*, vol. 17, no.2, pp. 134-142.
- Popova, T.I. (2002), *Teleinterv'y u v kommunikativno-pragmaticheskom aspekte* [TV interview in a communicative-pragmatic aspect], *Series: Philology studies*, St. Petersburg, SPbGU publ., 220 p.
- Rozhkova, O.E. (2003), *Kognitivno-pragmaticheskie aspekty politicheskogo diskursa* [Cognitive-pragmatic aspects of political discourse], *Dissertation*, Kaliningrad, 22 p.

- Salakhova, A.G. (2010), *Strategiya argumentatsii v religioznom internetdiskurse* [Argumentation Strategy in Religious Internet Discourse], Herald ChGU, no. 34, pp. 109-112.
- Savin, G.A. (2009), *Kommunikativnye strategii i taktiki v rechevom zhanre sovremennoi pravoslavnoi propovedi* [Communicative strategies and tactics in the speech genre of modern Orthodox sermon], Author's abstract of the dissertation, Moscow, available at: <http://www.slideshare.net/Umoscowseminary/c-1347506> (accessed: March 12, 2020)
- Skovorodnikov, A.P. (2014), *Kommunikativnye strategii i taktiki* [Communicative strategies and tactics]. *Effektivnoe rechevoe obshchenie (bazovye kompetentsii)* [Effective verbal communication (basic competencies)], dictionary ed. by A.P. Skovorodnikov, Krasnoyarsk.; Sib. feder. un-t publ., pp. 229–230.
- Smit, P., Berry, K., Pulford, A. (2001), *Kommunikatsii strategicheskogo marketinga* [Strategic Marketing Communications], textbook translated from English and ed. by prof. L. F. Nikulin, Moscow, YuNITI-DANA publ., 415 p.
- Sternin, I.A. (1989), *O ponyatii kommunikativnogo povedeniya* [On the concept of communicative behavior]. *Kommunikativfunktionale Sprachbetrachtung*, Halle, pp. 279-282.
- Ukhvanova, I.F. (2000), *Operatsionalizatsiya kommunikativnykh strategii s pozitsii kauzal'no-geneticheskoi teorii* [The operationalization of communicative strategies from the standpoint of causal genetic theory]. *Metodologiya issledovaniia politicheskogo diskursa* [Methodology for the Study of Political Discourse], Minsk, iss. 2, pp. 198-202.
- Verdonik, D. (2010), *Between Understanding and Misunderstanding // Journal of Pragmatics*. No. 42, pp. 1364-1379.
- Vereshchagin, E.M., Rotmair, R., Roiter, T. (1992), *Rechevye taktiki "prizyva k otkrovennosti"* [Speech tactics of the "call for frankness"]. *Voprosy yazykoznaniya* [Problems of Linguistics], no. 6, pp. 82-94.
- Yanko, T.E. (2001), *Kommunikativnye strategii russkoi rechi* [Communicative strategies of Russian speech], Moscow.
- Yaroslavtseva, A.E. (2007), *Reprezentatsiya rechevykh strategii i taktik v agitatsionnom tekste* [Representation of speech strategies and tactics in agitation texts], Author's abstract of the dissertation, Tomsk.
- Yim, Kh.Ya. (1985), *Pragmatika rechevogo obshcheniya* [Pragmatics of verbal communication]. *Teoriya i modeli znaniia: Trudy po iskusstvennomu intellektu* [Theory and models of knowledge: Proceedings on artificial intelligence], Tartu, Scientific proceedings, iss. 714, pp. 196-207.
- Zalegdinova, A.R. (2012), *Osnovnye strategii i taktiki v obshchestvenno-politicheskom diskussionnom tok-shou (na materiale russkogo i angliiskogo yazykov)* [The main strategies and tactics in the socio-political discussion talk show (based on Russian and English languages)], *Philology and Culture*, no. 3, pp. 47-50.
- Zigmann, Zh.V. (2003), *Struktura sovremennogo politicheskogo diskursa (Rechevye zhanry i rechevye strategii)* [The structure of modern political discourse (Speech genres and speech strategies)], Dissertation, Moscow, 239 p.
-

MORE THAN HALF A CENTURY UNDER THE UMBRELLA OF COMMUNICATION STRATEGIES

O.S. Issers

Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)

Abstract: The article is a preface for a thematic issue devoted to the study of communication in terms of strategies and tactics of speech behavior. The author sees the reasons for the strong attention to the analysis of speech behavior in anthropocentrism, which has become the leading approach in linguistic research in recent decades. The concept of strategy allows us to comprehend the individual speech actions of the speaker as the implementation of a consistent cognitive plan. A brief insight into the history of the study of communicative strategies and tactics abroad and in Russia is presented. The main fields in communicative research are indicated, where the concepts of strategy and tactics are used. It is noted that most of the research is devoted to the description of strategies and tactics in specific social spheres or institutions and the means of their language manifestation. A review of articles in the thematic issue allows you to see the variety of possible applications of the theory of strategic communication to the analysis of modern discursive practices, including bilingual ones. As one can judge by the publications of the thematic issue, the concept of communication strategy is also used to analyze media, marketing, corporate communications and literary text. It is concluded that the diversity of aspects and approaches in Russian and foreign works testifies to the research potential of the concept itself and the possibilities of its application to various areas of communication.

Key words: communication, communicative behavior, communicative strategy, communicative tactics, strategic communication.

For citation:

Issers, O.S. (2020), More than half a century under the umbrella of communication strategies. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 2, pp. 243-256. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).243-256. (in Russian)

About the author:

Issers, Oksana Sergeevna, Prof., Head of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Dean of the Faculty of Philology and Media Communication

ORCID: 0000-0003-4027-6346

Corresponding author:

Postal address: 55a, Mira pr., Omsk, 644077, Russia

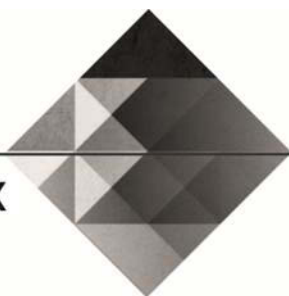
E-mail: isserso@mail.ru

Received: May 10, 2020

Accepted: May 15, 2020

Раздел I

**ИССЛЕДОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ
ДИСКУРСИВНЫХ ПРАКТИК:
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**





Part I

**STUDY OF MODERN
DISCOURSIIVE PRACTICES:
STRATEGIC ASPECT**

IMPLEMENTATION OF INTERVIEWERS' MAIN COMMUNICATIVE STRATEGY IN A JOB INTERVIEW

Ju.V. Ageeva

Kazan (Volga Region) Federal University (Kazan, Russia)

Abstract: The paper focuses on relevant studies of verbal strategies and tactics in professional discourse. The timeliness of this paper is determined by current trends in the development of linguistics including a growing interest in real communication. The paper presents the results of the discourse analysis of an emerged recruitment discourse based on an analysis of the speech behavior of HR manager – an active communication participant whose super task is to test the applicant as a potential employee. The study is based on a functional approach to the study of a new professional discourse that is centered on the interview between a recruiter and a job candidate. The choice of this approach is reasoned by the goal, subject matter and object of the study set by the author. The paper describes the most interesting and unique speech tactics of interviewers (extrajection tactics, small talk tactics, stress tactics) in real job interviews. The analysis findings of real communicative situations reveal that an integrated approach to assessing potential personnel provides the best result in implementing the main recruiter strategy. The implementation of the integrated approach is clearly demonstrated in the scheme of the diagnostic strategy of the applicant during the job interview. The principles of diagnosing a linguistic personality may explore options for improving approaches to the study of speech and communicative competence. The conclusions presented in the paper make contribution to pragmatics, sociolinguistics, intercultural communication, planning and development of business communication. The results obtained by the author shall be applied in training of various managers, in particular, recruitment experts, as well as in the development of business communication courses and communication trainings for both Russian and international students and specialists.

Key words: verbal strategies and tactics, recruitment discourse, interviewer, applicant.

For citation:

Ageeva, Ju.V. (2020), Implementation of interviewers' main communicative strategy in a job interview. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 2, pp. 259-271. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).259-271.

About the author:

Ageeva, Julia Viktorovna, Prof., Professor of the Department of Russian as a Foreign Language

Corresponding author:

Postal address: 18, Kremlevskaya ul., Kazan, 420008, Russia

E-mail: jageeva@yandex.ru

Received: February 8, 2020

Revised: April 15, 2020

Accepted: May 15, 2020

Introduction

Being on a job search for one reason or another, professionals from various areas have been applying to recruitment agencies with increasing frequency. At the same time, employers start using the services of recruitment agencies in the selection of employees for open vacancies. In accordance with the famous phrase of the great economist Adam Smith “Demand creates supply”, the development of the labor market led to the emergence and boom of recruitment agencies. The recruitment industry may be considered as one of the indicators of the “city or regional economic development” [Maltseva 2011]. From this perspective, recruitment discourse (search and selection of personnel) centered on the job interview between a recruiter (HR manager) and an applicant (job seeker) was set apart as a kind of business discourse [Ageeva 2017]. In addition to sociologists and psychologists, the development of the new discourse drew the attention of linguists.

The paper discusses the relevant issue of the study of communicative strategies and tactics in recruitment. Currently, the strategic plan for communicative studies becomes one of the most popular areas of discursive linguistics and communication theory. Political [Parshina 2005; Mikhaleva 2009; Karamova 2013], legal [Maltseva 2011; Soldatova 2013], medical [Beilinson 2001; Barsukova 2007; Zhura 2008] and educational [Tokareva 2005; Gonchar 2013] discourses are in focus of particular attention in this aspect. There are interesting and informative studies of other communicative types such as academic discourse, scientific discourse, sports discourse, etc. This citation can be continued, since a multitude of institutional areas in social life determines a never-ending list of discourses. “Strategies and tactics of verbal behavior form part of our knowledge of social interaction processes” [Issers 2012]. In this context, a comprehensive approach to the speech behavior study of representatives of “linguistically creative” professions (the term by N.I. Formanovskaya) stands for the recruitment discourse as a system of discourse-forming elements. The recruiter gains an institutional status of the key discourse figure.

Materials and methods

The research material is presented by video recordings and transcripts of the television program “Personnel Decide” broadcast on online channel “Uspeh” (URL: <http://www.uspeh.tv>). The reliability of the research findings is ensured by the scope of the research – 43 programs of 35 minutes and 228 pages of text.

A systematic description of the verbal behavior of the recruitment experts was made possible by a combination of general scientific and linguistic methods (inductive and deductive reasoning, interpretation, heuristic methods of participant and non-participant observation, linguistic modeling, linguistic analysis of discourse, etc.).

Results

The author primarily focuses on the verbal behavior of a recruiter as an “agent” of the new professional discourse and a dominant communication participant. Considering that the discourse under study is a professional area, the strategy of a recruiter is of particular interest, since his/her verbal behavior is a key distinguishing factor for this type of communication. It has been established that the basic communicative strategy of the recruiter is the applicant’s diagnostics defined as *a set of verbal actions of the recruiter for the objective analysis and assessment of the candidate’s job suitability*. It is implemented through a series of verbal actions, most of which are performed exclusively within the described institutional area. Therefore, the main goal of the HR manager conducting the interview is to test the applicant within a limited period of time. This goal should be achieved by using the widest range of speech tactics correlated with classic methods of conducting job interviews. It was deduced that the recruiter should elicit sincere replies and even understand hidden subconscious ideas of the interviewee only by harmoniously combining different types of speech actions (tactics). It results in an adequate diagnostics of the applicant. An illustrative example of such a case (please refer to the corresponding chart) is the interview with the applicant, hereinafter referred to as A, for the position of Retail Director in an audit company, which is included in the TOP-50 and has offices in six major cities of Russia (Personnel Decide, episode 38, URL: <http://www.youtube.com/watch?v=oPX6wmsxQ-0>).

In order to solve the main strategic task (finding a suitable applicant), the HR manager develops a job profile as the “first step in the process of selecting and evaluating staff” [Ivanova 2004]. The term *job profile* refers to the professional concept of recruitment as a selecting personnel area. This is “a description of mandate competencies, experience and personal data to perform particular work in the organization” (ibid.). A recruiter does not need to understand the specifics of the considered labor area to develop the job profile. However, the recruiter should master basic concepts of unfamiliar discourse further verbalized at the level of speech tactics and their language realization. First of all, while predicting the flow of the communication, the HR manager is to consider the employer’s requirements to the applicant for the given position. The prospective retail director had to meet the following requirements: “Higher education in finance or accounting, expertise in audit over 3 years, experience in successful negotiations and team management, smart appearance, readiness for business trips. The company’s owner had a specific request: “We need a person with my thinking” [Ageeva 2015: 120].

The interviewer from the episode 38 implements a wide range of strategic speech tactics in the following order: greeting, small talk, informing, extrajection, interruption, stress tactics of unexpected requests, unexpected point-blank questions, mock incomprehension, request of explanation, tricky questions, mock incomprehension, stress case No. 3, small talk, stress case No. 1, farewell. The identified communicative actions "flow" out of one another, periodically repeating. The stress tactics of interruption is used with a certain periodicity. It is often leveled out by the tactics of gratitude which proves the benevolent attitude of the interviewer. It is noteworthy that virtually the entire conversation is held at a speedy pace. It is one of the non-verbal ways to create a stressful situation to avoid socially desirable answers.

Further, the chart presents the overall strategy of the applicant from the episode 38. It renders the most interesting and illustrative examples of how the applicant is tested.

It became clear that the most frequent tactics of the recruiter (used five times) is the tactics of **extrajection** in its variants (extrajection into the past, extrajection to other people). The communicative tactics of extrajection is the *tactics of the recruiter implemented during a job interview to make an applicant find the answers allowing for projection to values, wishes and priorities of the potential employee*. The present communicative tactics is predicated on a psychological principle as follows: «everyone attributes only own personal feelings and characteristics to others». It is verbalized to reveal underlying motives and moral standards of the applicant. The recruiter (hereinafter referred to as R.) implemented **extrajection into the past** at each stage of the job interview. The example below proves the following: instead of finding information on the applicant's background, the recruiter tries to motivate the applicant to evaluate his experience. Therefore, extrajection to the applicant's values and preferences is possible.

R: - **Tell me about the most difficult audit / you've had //**

A: - *My most difficult audit was in Archangelsk //*

R: - *hmm //*

A: - *I was in Karelia prior to Archangelsk / I came back to Moscow on Sunday / and I received e-mail / that on Tuesday I would have to leave for Archangelsk //*

R: - *hmm //*

A: - *Imagine my surprise / that the plane departed on Tuesday about midnight// I don't remember now / well / in the first hours of Tuesday //*

R: - *oh //*

A: - *Nevertheless, I managed my time correctly / to pack and get the other things done // and start this business trip // another difficulty was / that the trip lasted about a month //*

During the interview the recruiter verbalizes extrajection to other people (e.g., to an abstract person or to the prospective applicant) by virtue of projective questions, backbone of the tactics. It is done to define values, requests and priorities of future employee.

1) R: – **Sergey / please tell me / what does the applicant need to say /that make you / as an employer / take a positive decision for three minutes of conversation / and say «yes / I will take him on»//**

A: – You know // There is no single formula //

R: – Yeah // **what is to be demonstrated / what should you notice?**

A: – First of all / eagerness / efforts / wish to work exactly in our company in this position / basically// and I want some experience /as proof of quality work

2) R: – **Sergey / the final question / in the beginning I mentioned that / it is crucial / that a job seeker would consider the business of our client / as the own one //**

A: – Yeah //

R: – **Tell me / how is this intention to refer to the client's business / please note/ to someone else's business/ as to the own one/ expressed?**

A: – Err / you know / I may compare / my friend left me a child/ for example / his child for several days //

R: – Well//

A: – You know / I would really treat this child / as mine / that is to play / feed / and/ don't know / offer him some smart games // the same is with business / if I consider the business / well I can't as my own child / but as a child of my friend /then / I think / it will be success //

The next communicative tactic used by the recruiter during the job interview is **small talk** which involves phatic expression to obtain information about the applicant: incentives, a type of personality and compliance with the requirements of the employer. Small talk during an interview is a casual conversation on topics unrelated to professional activities. This is another veiled speech action of the recruiter to test the applicant in the conversation. Talking about nothing allows detecting personal traits as well as professional qualities, incentives and principles. In the example below, the dominant participant of the conversation prefers to talk about family and rest.

1) R: – **You are not married, aren't you?**

A: – Not yet //

R: – Hmm // **Do you have no intention?**

A: – Well / in future //

R: – Um-hmm // I see // **How soon?**

A: – I think / in the nearest two years//

R: – Yeah / I see //

2) R: – **Have you been to Karelia //**

A: – Yes //

R: – **Did you manage to rest?**

A: – No, not in Karelia / we worked almost non-stop // that was the only time / perhaps / when I / well / I worked till 3 am once / a new working day started at 6//

R: – *Um-hum // How did you find this pace?*

A: – *You know / of course / the pace / was frantic / but it lets optimize your time / use it more efficiently //*

Speech **stress tactics** – actions intended to cause the applicant stress of some kind – are verbalized at certain intervals. With the benefit of such tactics, there is a real chance to mislead the applicant of the prepared communication way and impartially assess a prospective employee in the position. Verbal stress tactics is driven by provocation of the applicant. In implementation of cooperative strategies and tactics (communicative atmosphere at the interview is friendly, basic strategies of the communication participants are cooperative) the applicant is urged to frank talk, manifestation of knowledge and expression of emotions while an aggressive nature of the phenomenon of provocation is not emphasized. A peaceful provocation is only an act to provoke a predictable or desired response. The interviewer “provokes” the applicant with another, more positive goal that is to verify the interviewee’s answers or to acquire new information confirming the accuracy of the applicant’s diagnostics [Yapparova, Ageeva, Adamka 2017].

The recruiter from episode 38 implements the following stress tactics:

a) Unexpected point-blank questions. The questions are direct and tactless. In this case there is a danger to proceed from cooperative speech interaction to confrontation:

R: – *Yeah // Why did you decide to transfer from a Western company to a Russian company / to spoil your CV?*

By means of such direct and often tactless (although always correct in form) questions, the interviewer is able to break the interviewee’s standard train of thought.

b) Tricky questions:

A: – *Nevertheless / I could put my time to good use /to outwork on time // and fly off for the business trip // the challenge was that / the business trip lasted for a month/ roughly speaking //*

R: – *Was it a challenge? Come on / you could fly away earlier / couldn’t you //*

A: – *There was a hard project too //*

c) Mock incomprehension:

A: – *Over the time/ I was working there / the company’s profits increased approximately by four /five times //*

R: – *I didn’t understand / you’ve never been the head of the sales office / but now you control seven employees // Who are they?*

The communicative tactics of interruption, one of the stress tactics, is of interest. A recruiter as a positively-minded interviewer frequently uses it coupled with the tactics of gratitude to cushion the effect.

A: – *Well / I remember / I bought T-shirt / watch / and I remember / a small souvenir to my brother – the toy Mercedes //*

R: – *Um-hum //*

A: – Coupe // He liked it very much ... //

R: – Well / Sergey / thank you / go on //

During the interview, the recruiter repeatedly combines interruption with other specialized tactics to reinforce the effect of evaluation, e.g., with the tactics of a stress case. In the context of an imaginary verbal specific situation as close to the real one as possible, it allows getting from a prospective employee action-oriented proposals rather than theoretical reasoning.

A: – I also go to say / yes / well...

R: – Sergey / tell me / if I would ask you / «Tell me / dear Sergey / what would you do to increase profits in our company» / what would you say / if you had only 30 seconds?

A: – In this case / I think / cold calls are the most effective //

The evident twofold goal of the interviewer using stress technologies was determined as follows:

1. To knock out an applicant from a “rehearsed” communicative way to obtain more truthful information and call for a frank conversation.

2. To test the applicant’s stress tolerance, since the requirement of the candidate’s high stress resistance (explicitly or implicitly expressed) is often claimed by an employer.

Certainly, best results in assessment of personnel by recruiters are obtained due to an integrated approach in the implementation of the main recruiter’s strategy. An analysis of the communicative diagnostics of a potential employee in one conversation (episode 38) has showed that verbal interaction is invariably accompanied with non-verbal interaction, especially with respect to stress technologies. Factors that assist the HR manager to avoid socially desired responding are a limited amount of time, a fast pace of the dialogue, the certain intonation.

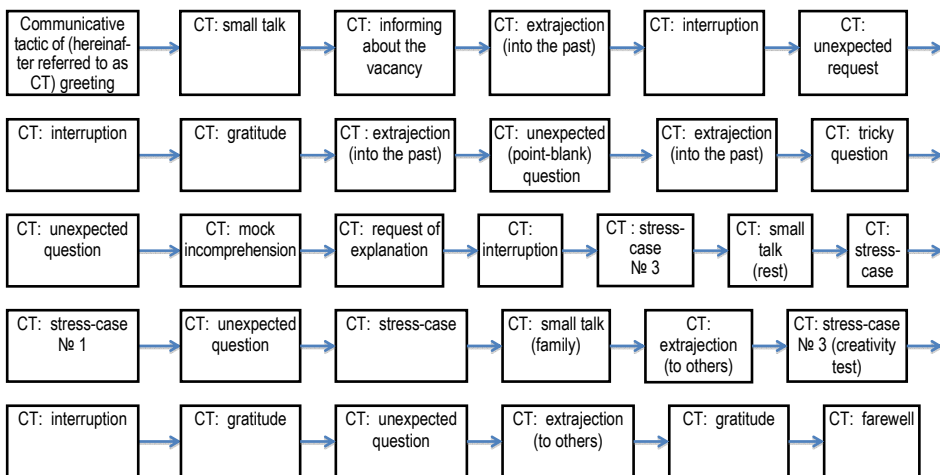


Chart 1. Implementation of the recruiter’s communicative strategy

Discussions

Studies of linguistic reality in the communicative dimension reflect current trends in linguistics. They are highly important for conceptualizing speech interaction mechanisms. In understanding “surface observed processes of discursive interaction of communication partners” [Shlyakhov 2013], the strategic approach, first identified by O.S. Issers in “Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech” as a special type of pragmatic description of the discourse, comes to the fore. Currently, linguists take growing interest in issues of live communication; they are focused on communicative behavior of communication participants within the framework of various discursive practices: political discourse [Parshina 2005; Mikhaleva 2009; Karamova 2013; Yapparova 2015], legal discourse [Maltseva 2011; Soldatova 2013], medical discourse [Beilinson 2001; Barsukova 2007; Zhura 2008], educational and instructional discourses [Tokareva 2005; Gonchar 2013], advertising discourse [Goryachev 2010], literary discourse [Chebotnikova 2012], tourism discourse [Filatova 2014], sports discourse [Malysheva 2011], religious discourse [Savin 2009], academic discourse [Khutyz 2015], as well as media discourse [Lansky 2008], conflicts in communication [Tretyakova 2003], etc. However, there is a gap in overall view of the linguistic description of speech strategies and tactics [Issers 2012], especially that new discourse types and speech situations stimulate emergence of conversational variants. Most studies explore communicative interaction in the political and legal environment, which is explained by pragmatics of modern linguistic knowledge: as a citizen and a member of society, a person is required to understand verbal behavior of representatives from the mentioned areas. The discourse of search and selection of personnel has not yet been studied by linguists, although the field of employment continues to be increasingly important for specialists in various fields. This fact determines the undoubted timeliness of this article. Thereby, the relevance of the study conducted in accordance with the modern functional (communicative) paradigm of knowledge lies in the importance of a strategic approach to the analysis of inter-professional communication, in the timely study of the verbal behavior of communication participants during job interviews.

Conclusion

The study findings confirm that the effectiveness of the recruiter's communicative behavior is determined by the ability to combine different types of tactics and verbalize them with the aid of relevant language tools. The ability to protect oneself from prepared, socially desirable responses of prospective employee is also essential.

In addition, the empiric material analyzed in the study is recordings of interviews with senior and middle managers, top experts. In recent years, recruitment agencies have selected mass personnel – ordinary employees who work at the entry level. Future studies make possible to identify features of the

interaction between recruiters and entry-level workers because their communication has its own characteristics. It is of undoubted interest from the perspective of discourse analysis.

Recommendations

The material and conclusions presented in the paper can find application in university lecture courses and special courses in stylistics, intercultural communication, text linguistics, and discourse theory.

A significant result of the study is its undoubted demand both by recruitment agencies/other organizations dealing with search and selection of personnel and professionals – potential applicants.

References

- Ageeva, Yu.V. (2015), *Rekrutyor kak rechevoy strateg* [Recruiter as a speech strategist]. *Bulletin of Orel State University. Series: New Studies in Humanities*, no. 6, pp. 119-122.
- Ageeva, Yu.V. (2017), *Kommunikativnye strategii i taktiki v russkoyazychnom rekrutirovannom diskurse: dissertatsiya... doktora filolog. nauk* [Communicative Strategies and Tactics in Russian Recruitment Discourse: Doctor of Science thesis in philology]. Kazan. 649 p.
- Barsukova, M.I. (2007), *Meditsinskiy diskurs: strategii i taktiki rechevogo povedeniya vracha: avtoreferat dissertatsii...kandidata filolog. nauk* [Medical Discourse: Strategies and Tactics of Practitioners' Verbal Behaviour: extended abstract of Candidate of Science thesis in philology]. Saratov. 21 p.
- Beilinson, L.S. (2001), *Kharakteristiki medico-pedagogicheskogo diskursa: dissertatsiya... kandidata filolog. nauk* [Characteristics of Medical Instructional Discourse: Candidate of Science thesis in philology]. Volgograd. 187 p.
- Chebotnikova, T.A. (2012), *Rechevoye povedeniye lichnosti v sisteme formirovaniya sotsialnogo obraza (na materiale khudozhestvennogo diskursa): avtoreferat dissertatsii...kandidata filol.nauk* [Verbal Behaviour of the Individual in Systematic Construction of Social Image (as exemplified by Artistic Discourse): extended abstract of Doctor of Science thesis in philology]. Chelyabinsk. 47 p.
- Filatova, N.V. (2014). *Diskurs sfery turizma v pragmaticheskom i lingvisticheskom aspektah: dissertatsiya...kandidata filolog.nauk* [Tourism Discourse in Pragmatic and Linguistic Aspects: Candidate of Science thesis in philology]. Moscow. 179 p.
- Gonchar, N.N. (2013), *Argumentativnye osnovy uchebnogo diskursa: avtoreferat dissertatsii ... kandidata filolog. nauk* [Persuasive Rationale of Educational Discourse: extended abstract of Candidate of Science thesis in philology]. Tver, 21 p.
- Goryachev, A.A. (2010), *Modelirovaniye rechevogo vzaimodeystviya v reklamnoy kommunikatsii: avtoreferat dissertatsii...kandidata filolog. nauk* [Simulation of Speech Interaction in Advertising Communication: extended abstract of Candidate of Science thesis in philology]. Saint Petersburg. 24 p.
- Issers, O.S. (2012), *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi* [Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech], Moscow, LKI publ. 304 p.

- Ivanova, S.V. (2004), *Iskusstvo podbora personala: Kak otsenit' cheloveka za chas* [Art of Recruitment: How to Evaluate a Person in an Hour], Moscow, Alpina Business Books, 160 p.
- Karamova, A.A. (2013), *Sovremenniy politicheskiy diskurs (konets XX – nachalo XXI vv.): avtoreferat dissertatsii...kandidata filol.nauk* [Current Political Discourse (the late 20th – early 21st centuries: extended abstract of Candidate of Science thesis in philology)]. Ufa. 38 p.
- Khutyuz, I.P. (2015). *Akademicheskiy diskurs. Kulturno-spetsifichnaya sistema konstruirovaniya i translyatsii znaniy* [Academic Discourse. Culturally Specific System of Development and Transfer of Knowledge]. Moscow, FLINTA: Nauka. 176 p.
- Lanskikh, A.V. (2008), *Rechvoye povedeniye uchastnikov reality-show: kommunikativnyye strategii i taktiki: dissertatsiya... kandidata filol.nauk* [Speech Behavior of Reality Show Participants: Communicative Strategies and Tactics: Candidate of Science thesis in philology]. Yekateriburg. 183 p.
- Maltseva, V.A. (2011), *Strategii rechevogo vozdeystviya v professionalnoy kommunikatsii (na primere yuridicheskogo diskursa): avtoreferat dissertatsii...kandidata filol.nauk* [Strategies of Verbal Influence in Professional Communication (as exemplified by Law Discourse): extended abstract of Candidate of Science thesis in philology]. Chelyabinsk. 25 p.
- Melnikova, T.L. (2007), *Kadrovoye agentstvo "Zebra" (Moscow) / Kadrovye agentstva: tipologiya i kratkiy analiz* [Recruiting Agency "Zebra" (Moscow) / Recruiting Agencies: Typology and Brief Overview], available at: http://www.kadrovie-agentstva_tipologia.html/ (accessed date December 10, 2007).
- Mikhalyova, O.L. (2009), *Politicheskiy diskurs: Spetsifika manipulativnogo vozdeystviya. Monografiya* [Political Discourse: Specifics of Manipulative Influence. Monograph], Moscow, LIBROKOM publ., 251 p.
- Parshina, O.S. (2005), *Strategii i taktiki rechevogo povedeniya sovremennoy politicheskoy elity Rossii: dissertatsiya... doktora filolog. nauk* [Strategies and Tactics of Verbal Behavior of Modern Political Elite of Russia: Doctor of Science thesis in philology]. Saratov. 325 p.
- Savin, G.A. (2009), *Kommunikativnyye strategii i taktiki v rechevom zhanre sovremennoy pravoslavnoy propovedi: dissertatsiya... kandidata filolog. nauk* [Communicative Strategies and Tactics in Verbal Genre of Modern Orthodox Sermon: Candidate of Science thesis in philology]. Moscow, 207 p.
- Shlyakhov, V.I. (2013), *Rehevaya deyatelnost': fenomen stsenarnosti v obschenii* [Speech: Phenomenon of Scenario in Communication] 3rd edition, Moscow. LIBROKOM publ. 201 p.
- Soldatova, A.A. (2013). *Rechevye strategii i taktiki advokatskogo diskursa v ugolovnykh protsessakh: avtoreferat dissertatsii...kandidata filol.nauk* [Verbal Strategies and Tactics of Attorney Discourse in Criminal Proceedings: extended abstract of Candidate of Science thesis in philology]. Tver. 19 p.
- Tokareva, P.V. (2005). *Kommunikativnyye strategii i taktiki v sovremennom uchebnom diskurse: dissertatsiya... kandidata filolog.nauk* [Communicative Strategies and Tactics in Current Teaching Discourse: Candidate of Science thesis in philology]. Omsk. 172 p.

- Yapparova, V.N., Ageeva, Yu.V., Adamka, P. (2017). Endurance testing: communicative stress tactics of interviewers in job interviews // AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. Issue 2. Special 2. pp.148–150.
- Zhura, V.V. (2008), *Diskursivnaya kompetentsiya vracha v ustnom meditsinskom obshchenii: dissertatsiya... doktora filolog. nauk* [Discursive Competence of Practitioners in Verbal Communication: Doctor of Science thesis in philology]. Volgograd. 408 p.

Список литературы

- Агеева Ю.В. Рекрутёр как речевой стратег // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. 2015. № 6 (47). С. 119–122.
- Агеева Ю.В. Коммуникативные стратегии и тактики в русскоязычном рекрутинговом дискурсе: дис. ... д-ра филол. наук, Казань. 2017. 649 с.
- Барсукова М.И. Медицинский дискурс: стратегии и тактики речевого поведения врача: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2007. 21 с.
- Бейлинсон Л.С. Характеристики медико-педагогического дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2001. 187 с.
- Гончар Н.Н. Аргументативные основы учебного дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2013. 21 с.
- Горячев А.А. Моделирование речевого взаимодействия в рекламной коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2010. 24 с.
- Жура В.В. Дискурсивная компетенция врача в устном медицинском общении: дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2008. 408 с.
- Иванова С.В. Искусство подбора персонала: Как оценить человека за час. М.: «Альпина Бизнес Букс», 2004. 160 с.
- Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Изд-во ЛКИ, 2012. 304 с.
- Карамова А.А. Современный политический дискурс (конец XX – начало XXI вв.): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2013. 38 с.
- Ланских А.В. Речевое поведение участников реалити-шоу: коммуникативные стратегии и тактики: дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008. 183 с.
- Мальцева В.А. Стратегии речевого воздействия в профессиональной коммуникации: (на примере юридического дискурса): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2011. 25 с.
- Мельникова Т.Л. Кадровое агентство «Зебра» (Москва) / Кадровые агентства: типология и краткий анализ. URL: http://www.kadrovie_agentstva_tipologia.html (дата обращения: 10.12.2007).
- Михалёва О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия: монография. М.: Либроком, 2009. 251 с.
- Паршина О.С. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: дис. ... д-ра филол. наук. Саратов, 2005. 325 с.
- Савин Г.А. Коммуникативные стратегии и тактики в речевом жанре современной православной проповеди: дис. ... канд. филол. наук. М., 2009. 207 с.
- Солдатова А.А. Речевые стратегии и тактики адвокатского дискурса в уголовных процессах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2013. 19 с.

- Токарева П.В.* Коммуникативные стратегии и тактики в современном учебном дискурсе: на материале школьных учебников: дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2005. 172 с.
- Филатова Н.В.* Дискурс сферы туризма в прагматическом и лингвистическом аспектах: дис. ... канд. филол. наук. М., 2014. 179 с.
- Хутыз И.П.* Академический дискурс. Культурно-специфичная система конструирования и трансляции знаний. М.: ФЛИНТА: Наука, 2015. 176 с.
- Чеботникова Т.А.* Речевое поведение личности в системе формирования социального образа (на материале художественного дискурса): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Челябинск, 2012. 47 с.
- Шляхов В.И.* Речевая деятельность: феномен сценарности в общении. 3-е изд. М.: ЛИБРОКОМ, 2013. 201 с.
- Yapparova V.N., Ageeva Yu.V., Adamka P.* Endurance testing: communicative stress tactics of interviewers in job interviews // AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. 2017. Iss. 2. Special 2. 148–150 p.

РЕАЛИЗАЦИИ ГЛАВНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ИНТЕРВЬЮЕРА В ХОДЕ СОБЕСЕДОВАНИЯ ПРИ ПРИЕМЕ НА РАБОТУ

Ю.В. Агеева

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Казань, Россия)

Аннотация: Статья посвящена актуальной проблеме – исследованию речевых стратегий и тактик в профессиональной сфере. Своевременность данной работы обусловлена современными тенденциями в развитии лингвистической науки – в среде языковедов усиливается интерес к вопросам реальной коммуникации. Цель статьи – представить результаты дискурс-анализа нового рекрутингового дискурса, основанные на изучении речевого поведения менеджера по кадрам (активного коммуниканта), сверхзадачей которого является диагностика соискателя как потенциального работника. В качестве основополагающего выступает функциональный подход к исследованию нового типа профессионального дискурса, коммуникативным центром которого является собеседование специалиста по поиску и подбору персонала и кандидата на открытую вакансию. Выбор данного подхода обусловлен поставленной автором целью, а также особенностями объекта и предмета изучения. В работе на примере реальных собеседований-интервью описываются наиболее интересные и уникальные речевые тактики интервьюера (тактика проекции, тактика «разговора ни о чем», стресс-тактики). В результате анализа живого коммуникативного материала был сделан вывод, что наилучший результат обеспечивает комплексный подход к оценке потенциального персонала при реализации главной стратегии рекрутера. Комплексный подход наглядно продемонстрирован в схеме реализации стратегии диагностики соискателя в ходе рассматриваемого собеседования. Принципы диагностирования языковой личности могут быть значимыми для совершенствования подходов к изучению ее речевой и коммуникативной компетенции. Выводы, представленные в работе, полезны для прагма- и социолингвистики,

в межкультурном общении, а также в сфере планирования и развития деловой коммуникации. Полученные автором результаты могут быть востребованы при подготовке менеджеров разного рода, в частности специалистов в области рекрутинга, а также в разработке курсов делового общения и коммуникативных тренингов как для российских, так и для иностранных студентов и специалистов.

Ключевые слова: речевые стратегии и тактики, рекрутинговый дискурс, интервьюер, соискатель.

Для цитирования:

Агеева Ю.В. Реализации главной коммуникативной стратегии интервьюера в ходе собеседования при приеме на работу // *Коммуникативные исследования*. 2020. Т. 7. № 2. С. 259–271. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).259-271. (На англ. яз.)

Сведения об авторе:

Агеева Юлия Викторовна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка как иностранного

Контактная информация:

Почтовый адрес: 400008, Россия, Казань, ул. Кремлевская, 18

E-mail: jageeva@yandex.ru

Дата поступления статьи: 08.02.2020

Дата рецензирования: 15.04.2020

Дата принятия в печать: 15.05.2020

ТРАНСФОРМАЦИИ НАУЧНЫХ ЖАНРОВ В КОНТЕКСТЕ СТРАТЕГИЙ НАУКОМЕТРИИ

В.В. Дементьев

*Саратовский национальный исследовательский
государственный университет им. Н.Г. Чернышевского (Саратов, Россия)*

Аннотация: Рассматриваются трансформации научных жанров в контексте общей цифровизации современной культуры. Показано, что речеванровое содержание данного процесса опирается на механизмы порождения и трансформации текста двух типов, осмысление которых может быть полезно и для того, чтобы лучше понять природу, задачи и инструментарий наукометрии на данном этапе, и для того, чтобы лучше понять речеванровую структуру научной речи. Во-первых, утверждаются и упорядочиваются структурные требования к статьям и монографиям, индексируемым в наукометрических системах (Scopus, WoS, DOAJ, РИНЦ и т. п.), а тем самым – увеличиваются наши знания о том, что представляет собой статья со стороны своей структуры (т. е. знания о жанре статьи). Во-вторых, требования систем индексации приводят к тому, что тексты статей меняются, их «пишут по-другому», а иногда переделывают после соответствующих рекомендаций от издательств. Пункты, выделяемые в наукометрических системах, могут быть поняты как признаки, которым должна соответствовать статья, чтобы быть отнесена к «речевому жанру научной статьи». Самые большие количественные показатели по этим пунктам являются показателями того, насколько близок к ядру жанра окажется тот или иной текст.

Ключевые слова: научные жанры, цифровизация, наукометрия, наукометрические системы.

Для цитирования:

Дементьев В.В. Трансформации научных жанров в контексте стратегий наукометрии // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 2. С. 272–282. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).272-282.

Сведения об авторе:

Дементьев Вадим Викторович, доктор филологических наук, профессор кафедры теории, истории языка и прикладной лингвистики

ORCID: 0000-0002-7532-5788

Контактная информация:

Почтовый адрес: 410012, Россия, Саратов, ул. Астраханская, 83

E-mail: dementevvv@yandex.ru

Дата поступления статьи: 30.03.2020

Дата рецензирования: 19.04.2020

Дата принятия в печать: 15.05.2020

Введение

У нас нет сомнений, что нынешняя цифровизация культуры вызовет большое повышение активности жанроведения и даже, возможно, развитие нового направления жанроведения.

Цифровизация затронула ряд сфер словесности и культуры, некоторые весьма критично, это привело к их качественным изменениям.

Так, в сфере массовых коммуникаций (включая интернет-коммуникацию) цифровизация создает новые возможности отслеживания и поиска, рубрикации и статистического учета (часто автоматического), например рейтинг читательского внимания / частотности просмотра (на котором основана работа контент-агрегаторов, отбирающих статьи для новостных браузеров в поисковых системах); ср. также ориентированность на симпатию пользователей социальных сетей («лайкоцентризм») и (наоборот) модерацию (она тоже иногда осуществляется автоматически).

Все это направлено на повышение удобства, в конечном итоге – свободы для авторов и читателей (за исключением модерации, но ее роль вряд ли является критичной).

Иной была роль цифровизации в сфере науки: здесь она была настолько значительной, что говорят о цифровой революции, «диктатуре индексаций».

Революция в наукометрии, развитие (скорее даже разрастание) систем индексации (таких как Scopus, WoS, DOAJ, РИНЦ) и одновременно рост их влияния, ужесточение требований к оформлению статей и монографий и обязательности данных требований для авторов можно отнести к наиболее заметным и значительным тенденциям научной жизни начала XXI в.

Причем (этому явлению пока, на наш взгляд, не уделяется должного внимания) все эти новации являются по сути речезанровыми, поскольку касаются стандартизации текстовых структур и их статистического учета (и, в сущности, только их).

Это мы и имеем в виду, говоря о связи с жанроведением.

Описание материала и методов исследования

Как и следовало ожидать, параллельно с развитием цифровизации осуществляется ее осмысление, в том числе самими представителями на-

учного мира. Однако (уже довольно многочисленные) реакции научного сообщества на развитие наукометрии, включая цифровизацию¹, давались пока что почти исключительно в оценочном плане, попыток осмысления собственно структурной, речежанровой природы данного явления, насколько нам известно, пока не было.

Среди реакций есть и положительные, отмечающие удобства цифровизации для исследователей, например:

«<...> все делается теперь автоматически и выкладывается в России в Elibrary.ru. Основной принцип риторики (максимум заботы об адресате) в век Интернета в научной сфере дополнен максимумом удобств поиска нужной информации. И хотя ученые ворчат и жалуются, что объем новых требований только мешает их исследовательской работе, это не совсем так: выполнение помогает и адресантам, и адресатам в поиске нужной научной информации» [Сиротина 2019: 86].

Критические высказывания в адрес новой системы гораздо многочисленнее, и они больше слышны:

Журналы, претендующие на ваковский статус и международный рейтинг, диктуют автору, что должно быть в его статье и чего там быть не должно. Кто вообще имеет право за меня решать, о чем мне писать и что включать в статью, а что не включать? Кто эти люди, какова их квалификация в моей науке и чем они руководствуются в своих инструкциях? – взволнованно спрашивает И.А. Стернин [2017].

Критиками также неоднократно высказывалась мысль, что новая система поощряет слабые, неинформативные, нетворческие работы: научись соблюдать сложные формальные требования – и этого достаточно для того, чтобы написать «как бы статью». (При этом значительные формальные изменения, к которым приводит соблюдение данных сложных формальных требований, безболезненны для слабой статьи, а статью сильную очень часто портят):

Необходимо бороться за качество научной продукции, спору нет. Надо поставить барьеры липовым диссертациям, липовым защитам, липо-

¹ См., например: [Анохин 2015; Березкина и др. 2011; Болотов и др. 2014; Акоев и др. 2014; Шарабчиев 2013; Frankel et al. 1997; Frow 2005; Head et al. 2015; Herold 2018; Hicks et al. 2015; Meester 2015; Müller 2014; Müller 2018]. Ср. также материалы **форума «Прикладная наукометрия»**, в котором приняли участие отечественные и зарубежные ученые-гуманитарии: **Елена Львовна Березович** (Уральский федеральный университет, Екатеринбург, Россия); **Николай Борисович Вахтин** (Европейский университет в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург, Россия); **Катриона Келли (Catriona Kelly)** (Оксфордский университет, Оксфорд, Великобритания); **Артем Анатольевич Космарский** (Институт востоковедения РАН / Государственный академический университет гуманитарных наук, Москва, Россия); **Ив Левин (Eve Levin)** (Канзасский университет, Лоуренс, Канзас, США); **Галина Анатольевна Орлова** (Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия) и др. Участники делились своим опытом сотрудничества с этой системой и обсуждали вопросы о том, нужна ли прикладная наукометрия и если да, то как она должна работать, чтобы, решая одни проблемы в организации науки, одновременно не создавать других [Прикладная наукометрия 2019].

вым статьям. Однако множасьщиеся непомерные формальные требования (касающиеся содержания, цитирования, библиографии, перевода на английский и т. д.) к научным публикациям затрудняют работу настоящих ученых и упрощают жизнь халтурщикам и плагиаторам, которые все перечисленное тщательно соблюдают. На их «липу» сквозь пальцы посмотрят редакторы, рецензенты и выведут заключение: хорошая работа (статья, монография, диссертация) – все требования соблюдены, можно и не читать, а опубликовать или защищать [Стернин 2017].

Думается, к тревоге И.А. Стернина присоединятся многие ученые, неравнодушные к судьбам нынешних научных направлений и школ.

Обсуждение

Отвлечься от оценок нам, находящимся не вовне, а внутри данного процесса, трудно.

Но если все же отвлечься, нельзя не признать, что перед нами интересный процесс, имеющий речежанровое содержание, опирающийся на речежанровые механизмы порождения и трансформации текста, осмысление которых может быть полезно и для того, чтобы лучше понять природу, задачи и инструментарий наукометрии на данном этапе (а тем самым, конечно, помочь оптимизировать ее), и для того, чтобы лучше понять структуру научной речи, а именно: речежанровую структуру¹, т. е. осмысление имеет значение и для ТРЖ, и наукометрии.

Речежанровое содержание цифровизации в сфере науки (точнее – огромной деятельности в данной сфере, затронувшей не только редакции периодических и непериодических изданий, но и буквально всех авторов – «обычных ученых»), как представляется, составляют два круга явлений:

1) утверждаются и упорядочиваются структурные требования к статьям и монографиям, индексируемым в системах (Scopus, WoS, DOAJ, РИНЦ и т. п.), а тем самым – увеличиваются наши знания о том, что представляет собой статья со стороны своей структуры (т. е. знания о жанре статьи);

2) требования систем индексации (Scopus, WoS, DOAJ, РИНЦ) приводят к тому, что тексты статей меняются, их «пишут по-другому», а иногда переделывают после соответствующих рекомендаций от издательств.

При этом, рассматривая те же процессы, о которых эмоционально говорят И.А. Стернин и его единомышленники, приходится отметить, что с точки зрения собственно жанровых процессов моделирования и актуализации такое положение вещей нормально: любой жанр, как параметрическая модель, несет потенции текстопорождения.

¹ О креационистских потенциях речевых жанров и эпистемологических потенциях теории речевых жанров см. нашу статью [Дементьев 2019].

Данная проблема пока еще никогда, насколько нам известно, не была сформулирована в виде самостоятельной теоретической или прикладной проблемы жанроведения или лингвистики, однако становится актуальной в связи с рядом тенденций новейшего времени и в жанроведении, и в лингвистике, и отечественной и мировой науке в целом.

Теоретической основой данного направления, по всей вероятности, можно считать результаты исследований научного стиля, дискурса и их отдельных жанров (прежде всего сюда следует отнести Пермскую функционально-стилистическую школу В.А. Салимовского, М.П. Котюровой и др. [Котюрова 2017; Девяткин, Каджая, Салимовский 2019]).

Пожалуй, главная (хотя не всегда эксплицируемая) цель данных исследований – ответить на вопрос, что есть научный стиль, дискурс и их отдельные жанры со структурной точки зрения. С одной стороны, задается параметрический список, с другой – реконструируется картинка прототипного образца: говоря простыми словами, научная статья – это не столько «то, что похоже на статьи В.В. Виноградова», сколько «то, что похоже на статьи, размещаемые в Скопусе или РИНЦ». Фактически перед нами новый способ ответить на вопрос, «что такое типичная / настоящая / хорошая научная статья» (опять-таки со структурной точки зрения), причем следующий логический шаг отсюда – вопрос, «что обязательно должно быть в X, чтобы этот самый X отвечал высокому званию “статьи”».

Как это довольно часто бывает в случае взаимных отношений жанроведения (и жанров) со смежными областями человеческой культуры, коммуникации (такими как педагогика, политика, медицина, реклама), сотрудничество оказывается не только естественным, но и взаимопользным в теоретическом и прикладном аспектах.

В этой связи стоит вспомнить издательскую (так!) деятельность замечательного советского лингвиста А.А. Реформатского, весьма обогатившую издательское дело – и полезную и важную для жанроведения, на что указывал В.М. Алпатов [2018].

Собственно текстовых характеристик статей в РИНЦ нет вообще – и это, конечно, отличает выделяемые там признаки от настоящих речевых, где текстовые характеристики главные. Характеристики РИНЦ в основном экстралингвистические, но и они важны, и их, вероятно, тоже стоит включать в интегративные речевые описания.

(Думается, среди них близки к речевым, например, количество самоцитирований автора. Какое отношение к речевым имеет главный показатель РИНЦ, Scopus, WoS и т. д. – индекс Хирша – пока совершенно не понятно.)

То, что эти признаки абстрактны, тоже скорее сближает с речевыми, чем отличает от них.

Главное, сам факт, что статья включена в систему РИНЦ, говорит о том, что выполнен целый ряд требований – среди них есть, вероятно, со-

всем не речезанровые и не речевые (регистрация автора в РИНЦ с присвоением индивидуального номера, подписанный и зарегистрированный договор; прикрепленные pdf-файлы), но есть и текстовые и речезанровые, например, наличие резюме / аннотации (плюс требования к их содержанию, объему и композиции) и ключевых слов на русском и английском языках, рубрикация (например, выделение особых параграфов: постановка проблемы, история вопроса, методика, основная часть, выводы и т. д.), наличие определенным образом упорядоченной библиографии (часто тоже на русском и английском языках (латинизированной)) и др. требования, например, доля самоцитирования, и подоб.

Иными словами, можно представить вертикальную шкалу оценки научных статей в РИНЦ (через чисто количественные показатели, такие как количество цитирований, индекс Хирша) как степень соответствия доминантам жанра (жанра научной статьи, монографии, диссертации или некоего жанра научного дискурса в целом), т. е. характеристику полевую (место по отношению к ядру-периферии соответствующего поля – а это возможно и даже обязательно при полевом представлении жанра [Федосюк 1997]), прототипную, а тем самым – горизонтальную речезанровую.

Так, среди параметров, по которым оцениваются журналы в РИНЦ, есть такие, которые можно считать «нейтрально-полезными»: их наличие кажется понятным и не вызывает неприятия, – как и каких-либо эвристических ожиданий, с ними связанных (*Общее число выпусков журнала; Число выпусков в год; Общее число статей из журнала; Среднее число статей в выпуске; Число авторов; Число полных текстов статей на elibrary.ru*); есть более специфические параметры, связанные с особенностями данной системы (*Суммарное число цитирований журнала в РИНЦ; Место в общем рейтинге SCIENCE INDEX за 2018 год; Место в рейтинге SCIENCE INDEX за 2018 год по тематике "Языкознание"; Место в рейтинге по результатам общественной экспертизы; Средняя оценка по результатам общественной экспертизы*); есть такие, собственно речезанровая (и текстовая) ценность которых сомнительна, впрочем, и неприятия тоже нет (*Средний возраст авторов*). Есть весьма интересные, наводящие на размышления (*Вероятность цитирования после прочтения, %*).

Если перед нами не вертикальная шкала, а поле, все пункты, выделяемые в РИНЦ, – это признаки, которым должна соответствовать статья, чтобы быть отнесена к *РЖ научной статьи*. Самые большие количественные показатели по этим наукометрическим (а по сути речезанровым) пунктам являются показателями того, насколько близок к ядру жанра окажется тот или иной текст, в какой степени его можно считать каноническим/образцовым экземпляром жанра.

Отрицательное значение цифровизации в науке с этой, т. е. речезанровой, точки зрения тоже может быть определено несколько иначе, чем это представлялось ранее (ср. выше точки зрения ученых).

Заключение

В рамках распространенных классификаций, членящих жанры по степени творчества (такие классификации восходят еще к Бахтину), научная статья относится к творческим жанрам, сводить все содержание которых к простому механическому следованию шаблонам недопустимо, а значит, в данном случае есть опасность, что влияние цифровизации дает негативно оцениваемые результаты в жанрово-типологическом плане.

К столь же неблагоприятным тенденциям можно отнести нарушение естественного хода процесса текстопостроения, прежде всего, формирования метатекстовых структур по отношению к первичным текстовым структурам.

Если считать таким естественным ходом то, что форма складывается после содержания, то данное утверждение, как известно, неприменимо к художественным текстам, где форма и содержание слиты воедино, и малоприменимо к тем текстам, где форма вообще значима (а это, пожалуй, абсолютное большинство всех неразговорных текстов и даже отчасти разговорных; у научных текстов, конечно, форма значима в высокой степени).

Тем не менее, филолог (наблюдатель, исследователь), описывающий данный текст, выделяющий его структурные характеристики, т. е. создающий метатекст, приступает к своим обязанностям только после того как текст готов.

Описывающие художественный текст структурные, классификационные и т. п. характеристики выделяются исходя из его объективной сути, созданной автором – писателем, а не наоборот (только в качестве абсурдной можно представить ситуацию, когда автора – писателя заставляют писать произведения, подгоняя их под характеристики, разработанные и предписанные людьми со стороны).

Точно так же должно обстоять дело с размещением, индексацией, описанием, разметкой и т. д. художественных текстов в электронных базах: используемые в данных базах, корпусах, системах индексации и т. д. характеристики должны быть производны от объективных характеристик художественных текстов, а не наоборот. Хорошие технические характеристики электронных баз должны полностью, непротиворечиво, компактно и максимально эксплицитно (а тем самым – максимально просто) описывать характеристики художественных текстов, но даже самые лучшие технические характеристики не могут претендовать на то, чтобы писатель писал, подстраиваясь под них или даже просто учитывая их.

Собственно, существующие электронные базы, корпуса, подкорпусы художественных текстов пока и не претендуют на это.

Что же касается систем индексации научных текстов, о которых мы говорим, такая претензия есть, и она не идет на пользу научному творчеству.

Список литературы

- Акоев М.А., Маркусова В.А., Москалева О.В., Писляков В.В. Руководство по наукометрии: индикаторы развития науки и технологии: монография. Екатеринбург: Изд-во Ур. ун-та, 2014. 250 с.
- Аллатов В.М. Реформатский и Бахтин о жанрах речи // *Жанры речи*. 2018. № 1 (17). С. 21–24. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-1-17-21-24.
- Анохин А.А. Базы данных и поисковые системы по научному цитированию – оценка продуктивности трудов исследователя // *Высшая школа*. 2015. № 2. С. 48–53.
- Березкина Н., Сикорская О., Хренова Г. Использование баз данных «Web of Science» и «Scopus» для оценки результатов научной деятельности в Национальной Академии наук Беларуси // *Информационные ресурсы России*. 2011. № 4. С. 19–21.
- Болотов В.А., Квелидзе-Кузнецова Н.Н., Лаптев В.В., Морозова С.А. Индекс Хирша в российском индексе научного цитирования // *Вопросы образования*. 2014. № 1. С. 241–262.
- Девяткин Д.А., Каджая Л.А., Салимовский В.А. Жанры речи как объект компьютерного анализа (на материале научных текстов) // *Жанры речи*. 2019. № 2 (22). С. 86–104. DOI: 10.18500/2311-0740-2019-2-22-86-104.
- Дементьев В.В. Жанры в меняющемся мире: креационистские потенции речевых жанров и эпистемологические потенции теории речевых жанров // *Жанры речи*. 2019. № 1 (21). С. 6–21. DOI: 10.18500/2311-0740-2019-1-21-6-21.
- Котюрова М.П. Русский научный текст: с чего начать статью? // *Жанры речи*. 2017. № 2 (16). С. 210–215. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-2-16-210-215.
- Прикладная наукометрия // *Антропологический форум*. 2019. № 40. С. 11–84. DOI: 10.31250/1815-8870-2019-15-40-11-84.
- Сиротинина О.Б. Факторы, влияющие на эффективность коммуникации // *Экология языка и коммуникативная практика*. 2019. № 1. С. 39–47. DOI: 10.17516/2311-3499-047.
- Стернин И.А. Как уважать себя заставить? Ученый-филолог размышляет о набравшем // *Поиск*. 2017. № 8. URL: <http://www.poisknews.ru/theme/publications/22732/>.
- Федосюк М.Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // *Вопросы языкознания*. 1997. № 5. С. 102–120.
- Шарабчиев Ю.Т. Российский индекс научного цитирования eLibrary.ru как инструмент оценки продуктивности и значимости ученых и научных коллективов // *Медицинские новости*. 2013. № 2. С. 24–28.
- Frankel M.S., Cave J. (eds.). *Evaluating Science and Scientists. An East-West Dialogue on Research Evaluation in Post-Communist Europe*. Budapest: CEU Press, 1997. P. 1–6.
- Frow J. *The Public Humanities* // *Modern Language Review*. 2005. Vol. 100: Supplement: 100 Years of “MLR”. P. 269–280.
- Head M.L., Holman L., Lanfear R., Kahn A.T., Jennions M.D. The Extent and Consequences of P-Hacking in Science // *PLoS Biology*. 2015. Vol. 13. No. 3. P. 1–15. DOI: 10.1371/journal.pbio.1002106.

- Herold E.* Researchers Behaving Badly: Known Frauds Are “the Tip of the Iceberg” // *Leapsmag*. 2018, Oct. 19. URL: <https://leapsmag.com/researchers-behaving-badly-why-scientific-misconduct-may-be-on-the-rise/>.
- Hicks D., Wouters P., Waltman L., de Rijcke S., Rafols I.* Bibliometrics: The Leiden Manifesto for Research Metrics // *Nature*. 2015, April. No. 520. P. 429–431. DOI: 10.1038/520429a.
- Meester W.* Access to Excellent Research: Scopus in Lithuania. 2015. URL: http://serials.lt/wp-content/uploads/2015/03/Meester_Access_to_Excellent_Research_Scopus_in_Lithuania_Vilnius_20150318.pdf.
- Müller J.Z.* *The Tyranny of Metrics*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2018. 240 p. DOI: 10.1111/ecaf.12293.
- Müller R.* Racing for What? Anticipation and Acceleration in the Work and Career Practices of Academic Life Science Postdocs // *Forum: Qualitative Social Science Research*. 2014. Vol. 15. No. 3. URL: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/2245/>. DOI: 10.17169/fqs-15.3.2245.

References

- Akoyev, M.A., Markusova, V.A., Moskaleva, O.V., Pislyakov, V.V. *Rukovodstvo po naukometrii: indikatory razvitiya nauki i tekhnologii* [Guide to scientometrics: indicators of the development of science and technology]. Yekaterinburg: Publishing House Ural. University, 2014. 250 s.
- Alpatov, V.M. Reformatskiy i Bakhtin o zhanrakh rechi [Reformatskiy and Bakhtin on Speech Genres]. *Zhanry rechi* [Speech genres]. 2018, no. 1 (17), pp. 21-24. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-1-17-21-24.
- Anokhin, A.A. Bazy dannykh i poiskovyie sistemy po nauchnomu tsitirovaniyu – otsenka produktivnosti trudov issledovatelya [Databases and search engines for scientific citation – an assessment of the productivity of a researcher’s work]. *Vysheyshaya shkola* [Higher School]. 2015. Nr. 2. Pp. 48-53.
- Berezkina, N., Sikorskaya, O., Khrenova, G. Ispol'zovaniye baz dannykh “Web of Science” i “Scopus” dlya otsenki rezul'tatov nauchnoy deyatelnosti v Natsional'noy Akademii nauk Belarusi [Using the databases “Web of Science” and “Scopus” to evaluate the results of scientific activities at the National Academy of Sciences of Belarus]. *Informatsionnyye resursy Rossii* [Information Resources of Russia]. 2011. Nr. 4. Pp. 19-21.
- Bolotov, V.A., Kvelidze-Kuznetsova, N.N., Laptev, V.V., Morozova, S.A. Indeks Khirsha v rossiyskom indekse nauchnogo tsitirovaniya [The Hirsch Index in the Russian Science Citation Index]. *Voprosy obrazovaniya* [Educational Issues]. 2014. Nr. 1. S. 241-262.
- Dementyev, V.V. Genres in Changing World: Creationistic Potentials of Speech Genres and Epistemological Potentials of the Theory of Speech Genres. *Zhanry rechi* [Speech genres]. 2019, no. 1(21), pp. 6-21. DOI: 10.18500/2311-0740-2019-1-21-6-21.
- Devyatkin, D.A., Kadzhaya, L.A., Salimovsky, V.A. Zhanry rechi kak ob'yekt komp'yuternogo analiza (na materiale nauchnykh tekstov) [Speech Genres as an Object of Computer Analysis (Based on Academic Texts)]. *Zhanry rechi* [Speech genres]. 2019, no. 2 (22), pp. 86-104. DOI: 10.18500/2311-0740-2019-2-22-86-104.

- Fedosyuk, M.Yu. Nereshennyye voprosy teorii rechevykh zhanrov [Unsolved problems in the theory of speech genres]. *Voprosy yazykoznaniya* [Topics in the study of language]. 1997. Nr 5, pp. 102-120.
- Frankel, M.S., Cave, J. (eds.). *Evaluating Science and Scientists. An East-West Dialogue on Research Evaluation in Post-Communist Europe*. Budapest: CEU Press, 1997. P. 1-6.
- Frow, J. The Public Humanities. *Modern Language Review*. 2005. Vol. 100: Supplement: 100 Years of “MLR”. P. 269-280.
- Head, M.L., Holman L., Lanfear R., Kahn A.T., Jennions M.D. The Extent and Consequences of P-Hacking in Science. *PLoS Biology*. 2015. Vol. 13. No. 3. P. e1002106. DOI: 10.1371/journal.pbio.1002106.
- Herold, E. Researchers Behaving Badly: Known Frauds Are “the Tip of the Iceberg”. *Leapsmag*. 2018, Oct. 19. URL: <https://leapsmag.com/researchers-behaving-badly-why-scientific-misconduct-may-be-on-the-rise/>.
- Hicks, D., Wouters, P., Waltman, L., de Rijcke, S., Rafols I. Bibliometrics: The Leiden Manifesto for Research Metrics. *Nature*. 2015, April. No. 520. P. 429-431.
- Kotyurova, M.P. Russkiy nauchnyy tekst: s chego nachat' stat'yu? [Russian scientific text: where to start the article?]. *Zhanry rechi* [Speech genres]. 2017, no. 2 (22), pp. 210-215. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-2-16-210-215.
- Meester, W. *Access to Excellent Research: Scopus in Lithuania*. 2015. URL: http://se-rials.lt/wp-content/uploads/2015/03/Meester_Access_to_Excellent_Research_Scopus_in_Lithuania_Vilnius_20150318.pdf
- Müller, J.Z. *The Tyranny of Metrics*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2018. 240 p.
- Müller, R. Racing for What? Anticipation and Acceleration in the Work and Career Practices of Academic Life Science Postdocs. *Forum: Qualitative Social Science Research*. 2014. Vol. 15. No. 3. DOI: 10.1111/ecaf.12293.
- Prikladnaya naukometriya [Applied Scientometry]. *Antropologicheskii forum* [Anthropological Forum]. 2019. Nr. 40, pp. 11-84. DOI: 10.31250/1815-8870-2019-15-40-11-84.
- Sharabchiyev, Yu.T. Rossiyskiy indeks nauchnogo tsitirovaniya eLibrary.ru kak instrument otsenki produktivnosti i znachimosti uchenykh i nauchnykh kollektivov [The Russian Science Citation Index eLibrary.ru as a tool for assessing the productivity and significance of scientists and research teams]. *Meditinskiye novosti* [Medical News]. 2013. Nr. 2. S. 24-28.
- Sirotnina, O.B. Faktory, vliyayushchiye na effektivnost' kommunikatsii [Factors affecting the effectiveness of communication]. *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika* [Ecology of language and communicative practice]. 2019. No. 1, pp. 39-47. DOI: 10.17516/2311-3499-047.
- Sternin, I.A. Kak uvazhat' sebya zastavit'? Uchenyy-filolog razmyshlyayet o nablevshem [How to respect yourself to force? A scholar-philologist reflects on painful]. *Poisk* [Search], no. 8 (2017), 24.02.2017g. At: <http://www.poisknews.ru/theme/publications/22732/>.
-

TRANSFORMATION OF SCIENTIFIC GENRES IN THE CONTEXT OF SCIENTOMETRIC STRATEGIES

V.V. Dementyev

Saratov State University (Saratov, Russia)

Abstract: The transformation of scientific genres in the context of the general digitalization of modern culture is considered. It is shown that the speech genre content of this process is based on the mechanisms of generation and transformation of the text of two types, the interpretation of which can be useful in order to better understand the nature, tasks and tools of scientometry at this stage, and in order to better understand the speech genre structure of scientific speech. Firstly, the structural requirements for articles and monographs indexed in scientometric systems (Scopus, WoS, DOAJ, RSCI, etc.) are approved and streamlined, and thereby our knowledge of what an article is from its structure (i.e. knowledge about the genre of the article). Secondly, the requirements of indexing systems lead to the fact that the texts of articles change, they are “written differently”, and sometimes redone after appropriate recommendations from publishers. The points highlighted in scientometric systems can be understood as signs that an article must comply with in order to be assigned to the “speech genre of a scientific article”. The largest quantitative indicators for these items are indicators of how close to the core of the genre this or that text will turn out.

Key words: scientific genres, digitalization, scientometrics, scientometric systems.

For citation:

Dementyev, V.V. (2020), Transformation of scientific genres in the context of scientometric strategies. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 2, pp. 272-282. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).272-282. (in Russian)

About the author:

Dementyev, Vadim Viktorovich, Prof., Professor of the Department of Language Theory and History, and Applied Linguistics

ORCID: 0000-0002-7532-5788

Corresponding author:

Postal address: 83, Astrakhanskaya ul., Saratov, 410012, Russia

E-mail: dementevvv@yandex.ru

Received: March 30, 2020

Revised: April 19, 2020

Accepted: May 15, 2020

КОГДА НЕ ХВАТАЕТ СЛОВ: ТАКТИКИ ПОДДЕРЖАНИЯ РАЗГОВОРА У РУССКО-НЕМЕЦКИХ БИЛИНГВОВ

К. Менг¹, Е. Протасова²

¹ Институт немецкого языка (Мангейм, Германия)

² Хельсинкский университет (Хельсинки, Финляндия)

Аннотация: Настоящее исследование сочетает в себе анализ социального взаимодействия между русско-немецкими билингвами, компетентными в обоих языках в разной степени, с оценкой уровней владения устной и письменной речью у молодых российских немцев, которые приехали в Германию маленькими детьми или родились здесь. Оно является частью более крупного лонгитюдного проекта, посвященного языковой интеграции российских немцев в Германии, который начал проводиться вскоре после их приезда в качестве репатриантов на историческую родину. Общение происходило в доме семьи через 25 лет после переезда. Интересно было раскрыть двуязычные практики и средства, используемые для достижения определенных коммуникативных целей. Задавались вопросы о различных аспектах жизни и установок участников по отношению к предыдущей и современной ситуации. Тестировались и анализировались особенности их устного и письменного немецкого и устного русского, как и способность читать на этом языке. Полученные результаты позволяют понять двуязычное развитие детей, теперь ставших молодыми взрослыми, в обстоятельствах, когда русская грамотность систематически не поддерживалась. Даже если они слышат много русского от своих родных, им не важно развивать язык, и они не прилагают дополнительных усилий для этого. Это итог семейной языковой политики и следствие родительских коммуникативных практик.

Ключевые слова: унаследованный язык, русско-немецкое двуязычие, 25 лет российских немцев в Германии, коммуникация в многоуровневой малой группе, русскоязычная диаспора.

Для цитирования:

Менг К., Протасова Е. Когда не хватает слов: тактики поддержания разговора у русско-немецких билингвов // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 2. С. 283–299. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).283-299.

Сведения об авторах:

¹ Менг Катарина, доктор филологических наук, профессор

² Протасова Екатерина, доктор педагогических наук, доцент, профессор-адъюнкт, Отделение языков

Контактная информация:

¹ Почтовый адрес: D-68016, Germany, Mannheim, PO Box 10 16 21

² Почтовый адрес: 00014, Finland, Helsinki, PO Box 24

¹ E-mail: kathmeng@online.de

² E-mail: ekaterina.protassova@helsinki.fi

Дата поступления статьи: 01.04.2020

Дата рецензирования: 19.04.2020

Дата принятия в печать: 15.05.2020

Постановка проблемы

В настоящее время большая часть исследований так называемых «языковых наследников» (heritage language speakers), т. е. тех, у кого язык был домашним, унаследованным от членов семьи с детства, но кто не учился ему / не учился на нем регулярно в школе и кто не жил достаточно долго / не бывал регулярно в среде этого языка, посвящено именно молодым взрослым, потому что их язык как бы застыл и дальше не развивается [Montrul 2018]. В их жизни язык был первым по времени усвоения, но стал вторым по роли и качеству [Polinsky 2018]. Когда такие билингвы приходят учиться, то вызывают много проблем у преподавателей, поскольку на самом деле не очень хорошо понимают сказанное, письменной речью владеют преимущественно недостаточно, но в то же время опережают своих соучеников или сокурсников, которые изучают русский язык как иностранный, по многим речевым параметрам: владеют множеством речевых оборотов (коллокаций), понимают юмор и фразеологизмы и т. п. [Bauckus, Kresin 2018]. Аналогичные исследования проводились и в Германии [Brehmer, Mehlhorn 2018; Dragoy et al. 2017; Isurin, Riehl 2017; Witzlack-Makarevich, Wulff 2017]. В большинстве случаев изучение унаследованного языка не проводится лонгитюдно, и это отличает массу исследований от того проекта, который был осуществлен нами [Meng, Протасова 2015, 2019; Meng, Protassova 2016].

Сейчас уже можно, вероятно, говорить о репатриации российских немцев в Германию как о свершившемся событии. Основная часть прибывших появилась здесь в середине 1990-х гг., а в настоящее время поток существенно сократился. Группа российских немцев, которых мы исследовали, прибыла в Западную Германию в числе первых, в начале 1990-х, причем приезжали по большей части из советского Казахстана. Контраст тогдашних уровней жизни был разительным, а сейчас противоречия отчасти сгладились, как считают сами участники проекта. Иммигрировали тогда целыми многопоколенными семьями, и среди этой волны были представители старшего поколения, те, кто сохранял тесную связь с языком и культурой, насколько это было возможно. Общение в семьях скла-

дывалось по-разному, в большинстве случаев было стремление как можно скорее интегрироваться в окружающую жизнь: и потому, что чувствовали себя немцами, и потому, что хотели как можно скорее начать работать и зарабатывать. У молодого поколения родителей с маленькими детьми, которые находились в центре нашего исследования, не было глубоких и обширных знаний языка, и проблемы с общением влияли на них так, что им хотелось как можно скорее перейти на немецкий и в семье, потому что казалось, что от них этого ждут окружающие, а дети не будут в такой тяжелой ситуации, как они сами. Спустя 25–30 лет после иммиграции немецкий язык детей, как показало наше исследование, находится на уровне, не отличающемся от уровня речи их сверстников, получивших аналогичное образование и занятых на таких же работах, как и участники проекта. Родители в общем-то справляются с большинством дел на немецком языке, но для души часто говорят на русском языке между собой и с друзьями и смотрят русскоязычное телевидение.

В разных странах складывается вариативная практика приема и интеграции мигрантов. Разные группы мигрантов ведут себя также особыми способами. Не все сохраняют привезенные с собой язык и культуру. Для продвижения билингвизма оказывается позитивным включенность в круги общения как с местными немцами, так и в собственной общине, хотя в целом в семейной коммуникации обычно чаще употребляется привезенный с собой язык, а в общественной жизни, в сфере работы и учебы доминирует немецкий. Среди факторов, которые влияют на сохранность иммигрантского языка в Германии, можно перечислить существование собственных СМИ, в том числе Интернета, и вообще доступ к интересующей приезжих информации на этом языке, демографическая ситуация (как велико сообщество, сколько в нем детей и молодых людей, как складываются связи внутри общины, каково ее будущее), наличие собственных инфраструктур, обеспечивающих повседневную жизнь, создание своего среднего класса за счет развития бизнесов, позитивные ролевые модели людей с успешным двуязычием, возможности для развития и продвижения языка, а также культурная значимость и конфессиональная составляющая принадлежности к некоторой группе. Степень развитости исходных языка и литературы и предложение соответствующего интересного контента также играют важную роль [Fase et al. 1992; Reich, Roth 2002; Heckmann, Schnapper 2003].

Целью настоящего подпроекта было понять, какова коммуникативная компетенция в русском языке у молодых людей, выросших в Германии в ситуации несбалансированного двуязычия. Речь идет об общении в малой группе, имеющем свою специфику: близкий контакт, возможность наблюдать друг за другом, контроль над репликами [Beebe, Masterson 2008]. Участники таких интеракций, как правило, играют определенные роли и проявляют свою идентичность в общении [Gastil 2010]. Вдобавок вследст-

вие того, что участники общения являются представителями, по существу, разных культур, возможно недопонимание и коммуникативные неудачи, типичные для межкультурной коммуникации [Martin, Nakayama 2020].

Исследование особенностей обмена репликами в разговоре между билингвами, в разной степени владеющими языками друг друга, опирается на ряд закономерностей, в частности, на то, насколько у них общий словарь и опыт, в каком регистре они общаются, какие цели преследуют [Grosjean 2013]. М. Пиккарайнен [Pikkarainen 2015], опираясь на методику конверсационного анализа, показывает, что такое общение характеризуется совместным поиском слова или выражения, договариванием фраз и предложений друг за другом и высказыванием предположений относительно возможного значения реплик партнера. В некоторых отношениях эти стратегии похожи друг на друга и свидетельствуют об истинности намерений сотрудничества в беседе, о желании снять возможные проблемы понимания. В зависимости от уровня владения языками, на которых происходит общение, может превалировать та или иная диалогическая тактика. Как отмечают [Stewart et al. 2004], межличностная коммуникация всегда стремится к созданию общего смысла с учетом этических и культурных моментов.

В настоящем исследовании рассматривается один случай коммуникации в семье Шуман, состоящий из нескольких эпизодов – глубинных интервью и разговоров за столом. Семья – российские немцы, репатрировавшиеся в Германию 25 лет назад (на момент общения в 2016 г.). Постоянно присутствуют одна исследовательница с родным немецким языком (КМ), две исследовательницы с родным русским языком (ЕП, АП), мама. Приходят и уходят папа, четверо детей и жена среднего сына. Когда старшие дети были маленькими, мама приглашала для них учительницу русского языка, которая в какой-то степени научила их читать и писать, но эти занятия не получили продолжения и остались коротким эпизодом без последствий. Младших детей русскому языку вообще не учили, общение с ними происходит на немецком.

Речевые портреты старших детей семьи Шуман. Примеры общения

Альберт, старший из детей, был привезен в Германию из города Междуреченска (на самом деле – Междуреченское) в Казахстане в возрасте одного года и десяти месяцев, сейчас ему 27. Родители говорят с ним больше по-немецки, а между собой на двух языках. В общении с отцом чаще происходит переключение кода. Общение сопровождается шутками и смехом участников. Вот как выглядит фрагмент этой беседы:

Пример 1.

ЕП: А они говорят больше по-немецки или по-русски? Родители?

АШ: Doch. [все-таки] Со мной больше по-немецки.

ЕП: А между собой?

АШ: Как сказать... Fifty-fifty.

ЕП: А часто ли ты переходишь с языка на язык?

АШ: А?

ЕП: Ты вот, то по-немецки, то по-русски говоришь, да, вот например. Часто ли это приходится делать, когда так бывает?

АШ: Ich verstehe die Frage net.

ЕП: Ну вот ты иногда говоришь по-немецки, по-немецки, по-немецки, а потом вдруг по-русски. Вот когда такое бывает?

АШ: Ach so. [ах так]

ЕП: Когда такое бывает?

АШ: Если если если папа со мной разговаривает.

ЕП: Папа больше по-русски?

АШ: Да.

ЕП: А мама?

АШ: С мамой я только по-немецки.

Мама: Ну, неправда.

АШ: Doch.

ЕП: А почему? Почему так? Почему с мамой?

ЕП: Потому что мама хорошо по-немецки умеет разговаривать.

АШ: А папа нет?

АШ: Папа не умеет. У него свой... Как сказать?

Мама: Свой язык.

АШ: Свой язык, да.

ЕП: Диалект?

АШ: Не, не диалект, у него... Не знаю. Всегда новые слова.

ЕП: Которых ты не знаешь?

АШ: Которые никто не знает.

ЕП: Например, какие слова?

АШ: Ух, там много есть уже. Он всегда эти во/ вокали [от Vokalen, гласные] перепутает.

КМ: Да, скажи пример, было бы интересно.

АШ: Ну... Englische Wörter [английские слова]. Да, или он, или он английские слова берет, или он, zum Beispiel если он хочет сказать hübsch [красивый], он говорит jubsch.

ЕП: Может быть, это диалект?

АШ: Это не диалект, такого диалект нету – jubsch.

КМ: Здесь, я думаю, что это влияние русского.

Когда Альберт переспрашивает, ЕП приходится разъяснять, что она имеет в виду, находить для этого новые способы формулировки, более простые, дробить содержание на более мелкие понятные кусочки, обильно использовать жестикуляцию – это типичная тактика в разговоре с иностранцами (foreigner talk, ср. [Rodriguez-Cuardado et al. 2018, Woolridge

2001]). Мама считает себя обязанной включаться в разговор и подсказывать. Альберт чувствителен к особенностям языков, но, по словам мамы, слишком ленив, чтобы их поддерживать.

Даже если друзья русско- или украиноговорящие, Альберт всегда разговаривает с ними по-немецки: *У меня есть много друзей, которые русские, но я только с ними по-немецки разговариваю*. В армии были *два-три друга, которые по-русски разговаривали*. Он считает: *раньше я еще хорошо по-русски разговаривал, теперь я уже все забыл*. С его точки зрения, родители его всегда исправляют, если он допускает ошибки. Ему кажется, что и родители думают, что он не умеет говорить по-русски, но мама полагает, что ему нужно просто потренироваться. Мама считает, что это важно, потому что она сама получала иногда командировки в Россию, что хорошо сказалось на ее карьере и для чего ей пришлось совершенствовать позабытый было русский при помощи российского телевидения.

Альберт не может писать, а с чтением в целом справляется, однако утверждает, что все, что он вообще читает, всегда только по-немецки. Полезные языки для него немецкий и английский, которым он владеет, по его словам, свободно, лучше, чем русским. Мама подтверждает, что учителя думали, что он великолепно знает английский и французский, но теперь *французский я уже вообще не имею, но английский, das kommt schon* [это получается]. Любимые занятия – плавать и нырять, *это просто как хобби*, он прыгает с вышки, три и десять метров. На компьютере играет в игры на немецком и английском.

Определения собственных особенностей даются ему с трудом, мама помогает говорить, но языковое чутье заставляет сына не всегда соглашаться с ее предложениями, и она сама признается, что не справляется с задачей адекватной передачи смыслов на русском языке. О себе Альберт сообщает, что характер у него *как сказать... хороший. Я... Ja, ich bin nett. Wie ist das eigentlich? Как?* Мама подсказывает: *Вежливый*, и Альберт по ее просьбе повторяет: *Я вежливый?* Мама: *Да. – Окей. Hilfsbereit?* Мама: *Aaa помогаешь*. Альберт: *Помогаешь, heißt nicht hilfsbereit* [это не значит готовый помочь]. Мама: *Запас слов кончился*. Все присутствующие обсуждают, как перевести слово, и приходят к выводу, что лучше всего *готов помочь*, и тогда Альберт соглашается: *Да. Вот я готов помочь*.

Обсуждение того, он больше русский или немец, снова вызывает участие мамы. Самому Альберту, по его словам, это *трудно сказать*. От русского в нем то, что он может *пить, как русак*, а они пьют *до самого конца*. От немца в нем то, что он любит работать, сейчас у него полгода новая работа, о которой он может рассказать и подробно рассказывает только по-немецки. Иногда, чтобы понять вопрос, Альберт сам переводит его на немецкий и спрашивает у КМ или у мамы, правильно ли у него получилось.

Интерес Альберта к своей новой работе вызывает вопросы и у ЕП, и у КМ. Сложные вопросы он как бы пропускает мимо ушей. Обоим, и сыну,

и маме, трудно перевести на русский язык слово Dose [металлическая банка, типа банки для пива], потому что по-русски есть слово *доза* (например, лекарства, алкоголя), но это означает определенное предписанное количество чего-то. В то же время слово *банка* вне контекста ассоциируется прежде всего со стеклянной или пластмассовой банкой, поэтому оба не уверены в том, можно ли употребить его. Маме кажется, что она должна показать гостям, как она работает над русским языком сына, заставляя его повторять за ней ее предложение (неправильное). Вариант перевода не сразу приходит в голову и АП, она предлагает слово *упаковка*. Однако мама склонна больше доверять настоящей русской АП, чем правильному варианту сына. Для нее *станок – машина*, что в принципе возможно сказать. Убедившись с том, что мама хочет отвечать за него, АШ предоставляет ей право переводить его слова.

Пример 2.

АШ: Си/ сич/ сейчас я люблю работать.

ЕП: Чем больше работаешь, тем тебе лучше?

КМ: В чем смысле сейчас?

АШ: Ну, у меня новая работа сейчас.

КМ: Ага. Какая?

АШ: Пррр... Как объяснить... Ну, я сейчас, ээ как сказать... Lagerist [логистика, работа на складе]. И... Wie sagt man das. In meiner Firma stellt man die Dosen her, und ich überwache die Maschinen [Как это сказать. На моей фирме изготавливаются жестяные банки, а я контролирую станки].

Мама: Вы производите дозы для пищевых продуктов.

АШ: Банки.

АШ: Und ich überwache die Maschinen [И я контролирую станки].

Мама: И ты повторяй.

АШ: И я was [что] я?

Мама: Что я до этого сказала?

АШ: Я забыл уже.

Мама: Не, не. Вы производите, вы производите...

АП: Может, упаковка? Нет?

Мама: Дозы, дозы.

АШ: Банки.

Мама: Да, упаковки вот эти вот, пустые дозы различные для пищевой промышленности. И он ээ следит за этой машиной, которая это делает.

Отвечая, далеко ли работа, АШ сам себя спрашивает: *Не, сколько километров отсюда? Тридцать километров*. Он ездит туда на своей машине. О предыдущем трудовом опыте сообщает: *Раньше я это... В армии служил, четыре года*. Употребляет реалии на немецком языке: *Потом я пошел мой Ausbildung [обучение] делать, учился на это, Lagerist*.

Описывая знакомство со своим другом, приехавшим с Украины, Альберт строит несколько более длинные высказывания: *Не, не просто так*

познакомились. Он ходил это in Philipianer Schule [в школу Филиппа], и там я его потом это, встретил. ЕП: И это была любовь с первого взгляда? Нет, так быстро не идет. Не, мы потом это, как как как сказать... Ну, пару раз встретились, и потом это... Когда-то стали лучшие друзья. Чувствуется, что слова подбираются с трудом, предложения короткие, делаются попытки сказать правильно, прежде чем выбирается какой-то вариант.

Из русской музыки он слушает новых исполнителей и знает много имен, обозначая всех совокупно как стиль *электро*. Если бы его семья не переехала в Германию, *Ich glaube, ich wär Motorradmechaniker geworden* [Я думаю, я бы стал механиком по мотоциклам]. Ему трудно сказать это по-русски: *Ne, Motorrad weiß ich* [не, мотоцикл я знаю], *мотоцикл, aber was heißt Mechaniker?* [но как будет механик?]. Сообщает, что забыл все, что ему раньше рассказывали о прежней жизни родители. Он считает, что его будущие дети не будут знать русский, а его мама, напротив, утверждает, что будут. Из мультфильмов он помнит только «Ну, погоди!». Я всегда «Ну, погоди!» смотрел.

Альберт использует в общении на русском языке много немецких слов, прежде всего дискурсивных и коммуникативных маркеров: *Oder? Ach so. Doch. Was? Zum Beispiel. Puff. Wie sagt man das? Po! Gar nix mehr! Weiß ich net.* – наряду с русскими *А? Ну. Ух. Как сказать. Конечно.* и т. п., иногда и те, и другие вместе: *Nea, nein, нет. Вот, das glaube ich eher.* Он часто не понимает вопросы (а может быть, делает вид, что не понимает, или не уверен в себе): *Ich verstehe die Frage net. Nix verstehen.* или *Что значит «замечания»? Не понимаю это. Не понял.* – просит переформулировать либо обращается за помощью к маме или КМ.

Филипп, младший брат Альберта, всегда считался в семье местным немцем, поскольку родился в Германии, и родители старались говорить с ним по-немецки (о нем мы писали в [Менг, Протасова 2011]). Сейчас ему 25 лет, и он стал активным пользователем русского языка, говорит абсолютно легко, свободно, без акцента и часто (но не всегда) как русский, если требуется короткая реплика. Такое развитие произошло недавно, когда он стал общаться с семьей своей жены; в частности, когда они ездили в Россию, на Волгу, и с родственниками жены говорили только по-русски, он понимал почти всё, проблем не было. Его называли там Филиппком. ФШ отвечает на вопросы гладко и быстро, почти всегда знает, о чем речь, вставляет отдельные немецкие фрагменты предложений, обращаясь к тем, кто понимает по-немецки: *Du hast mir gezeigt. Was soll ich sagen. Wer ist denn noch? Die heißt Mutter, gell?* [Ты мне показывала. Что сказать. Кто еще? Ее же мамой зовут, да?], и просто мелкие дискурсивные слова в свою речь, например: *aber, oder wie. nein, doch, schon* [но, или как, нет, все же, уже]. Обращаясь к маме, переходит на немецкий.

Филипп знает, что его семья приехала с Казахстана, Междуреченск, Алма-Ата (на самом деле Алматинская область). Он считает, что родите-

ли больше говорят между собой по-немецки, а он с ними говорит как они. Если они по-русски, я тоже по-русски, если они по-немецки, я тоже по-немецки. О переходе с языка на язык (вопрос понимает не сразу) сообщает: *Ach so* [ах так]. *Да, если я не знаю ка/какая слова, или я не знаю, как она по-русски или по-немецки, тогда я меняю, ... потому что они же меня понимают... Это у меня так automatisch* [автоматически] *идет*. Если он что-то говорит неправильно, его исправляют, и родители считают, что в русском заметный прогресс. Он может читать по-русски, а писать только на этом... *WhatsApp*, потому что, как подсказывает мама, *там на тастатуру тупнаешь* [от *Tastatur* клавиатура и *tippen* печатать]; и пишет он только так, как я думаю, как пишется. Я не знаю, как правильно. С чтением газеты справляется, хотя с трудом, и год точно назвать не может. Филипп не ставит себе никаких целей в изучении русского языка, он пишет музыку и хочет дом построить. Ему кажется, что полезно знать английский и русский языки. Отвечая на вопрос о том, насколько хорошо он говорит по-английски, Филипп калькирует немецкое выражение: *Да, пойдет*, подтверждая, что свободно владеет им. Однако по работе ему не нужны никакие языки, кроме немецкого, поскольку он делает сосиски разных сортов, и их он называет по-немецки: *Там Bierwurst* [к пиву], *там Schinkenwurst* [свинные], *всё, Wiener* [венские].

Раньше Филипп, бывало, ходил на русские дискотеки, а теперь не ходит ни в какие русские места. Ему интересно *спать, музыку слушать, с пацанами на улице гулять, и все*. Ему тоже трудно описать свой характер по-русски, он с трудом подбирает слова: *Как сказать... Слов не знаю. Zuverlässig?* [надежный] О своей этничности рассуждать не хочет: *У меня такого нету, «немец, русский, турок». Мы все, все живем...* Мама подтверждает, что его друзья самого разного происхождения, и турки, и албанцы, и итальянцы, и поляки.

Со своей женой он познакомился просто потому, что *она там живет рядом*. Они слушают в основном американских певцов, русских знают, но немного, им знакомы Тимати, Настя и Потап.

Если бы его семья не переехала в Германию, то они бы вообще по-другому жили. Мама замечает, что детей бы было только двое, муж бы сидел в тюрьме, а она была бы одна с пацанами. Муж стал здесь совсем другим, он сломался, а потом нашел работу и выпрямился. С точки зрения Филиппа, в России *Ну там это... Freiheit...* [свобода] *как сказать*, и мама тоже считает, что отцу не хватало свободы, но все-таки одно дело съездить в Россию в гости, а другое дело жить там постоянно. Филиппу кажется, что живи он там, больше бы умел, ему больше приходилось бы делать по дому, каждый день решать много задач (говорит об этом по-немецки). *А тут как weiß net* [не знаю] *как кукла, ... встал, пошел домой, всё*. Он сообщает, что родители много рассказывали о своей прежней жизни: *Не знаю. Ich denk'* [я думаю], *я думаю, хорошо было там*. Как именно – *Я не знаю, я/я там не жил, не могу так сказать*.

Если у него будут дети, они будут знать русский язык. Дома им не будут показывать русские мультфильмы, а бабушка с дедушкой будут присутствовать в их жизни. Перечисляет много известных ему мультфильмов, «Маша и медведь», да. *Че еще есть? Я много знаю. «Рыцарь Майк». Или этот, «Лунтик», что доказывает, что его интересы вполне современны.* Таким образом, он гораздо больше теперь в курсе событий, чем остальные члены его семьи.

Вероника, жена Филиппа

Вероника приехала в Германию в возрасте двух лет, сейчас ей 23. Их семья из Петрова Вала (Камышинский район Волгоградской области). В ее семье больше говорят по-русски, чем по-немецки (мама русская), она же с родителями говорит на обоих языках, а с языка на язык переходит, если ей не хватает слов, причем иногда не хватает слов и по-немецки: *Когда я, мой брат меня спрашивал, чё меня на день рождения подарить, я ему сказала – Wasserkocher, и он мне говорит: «Чё это, Wasserkocher?» Я говорю ему – чайник. Он понял. С мужем говорят по-немецки, она называет его Schatz, но бывает, что вставляют какие-то русские слова, например, если мы орем на нас, по-русски орем* (здесь немецкий возвратный глагол передан не русским возвратным глаголом *ругаться*, а местоимением с предлогом). Вероника спокойно переводит слово *лентяй* на немецкий: *Faulenzer*, однако слова *выразительно, знаменитый, обсуждать* ей не знакомы, и она спрашивает: *Че это, выразительное? Что значит знаменитый? Че это – обсуждали?* С друзьями говорит с русскими по-немецки и по-русски, а с немецкими только по-немецки. В Германии у нее нет друзей, которые говорили бы только по-русски, только дядя и бабушка, живущие в России. Среди подруг больше русских (т.е. говорящих при случае по-русски), чем немок. С ее слов, родственники не считают, что она хорошо говорит по-русски, и *если мы по-немецки разговариваем, всегда говорят нам, чтоб нам по-русски разговаривать, чтоб не разучиться*, а также исправляют ошибки, *если я говорю вода или воду, они смеются*. Использует тэг *nein*.

Вероника читает и чуть-чуть пишет по-русски (*долго мне надо*), *может, неправильно, но умею*, они сами с мужем учились, в школьном возрасте русским языком с ней занималась мама. Предложенный газетный текст читает, делая ошибки (например, заменяет Ы и Ю на И, З на С), но справляется. Считает, что полезно знать *английский, немецкий и чтоб с бабой разговаривать по-русски*. О качестве владения английским говорит *пойдет, по-русски лучше*, хотя по-английски она может и читать, и писать. Получая профессиональное секретарское образование, почему-то не учила английский: *Ну, когда я тут в школу шла, было, а когда я училась на секретаршу, там не было* (примечательны неверное употребление вида одного глагола и просторечная форма другого).

Обозначая частоту посещения России, нестандартно выражает время: *Раньше мы ездили каждый второй год, сейчас мы с Филиппком будем в*

том году, имея в виду, что это не в будущем и не в этом, а в прошлом, т. е. путает время глагола. Вероника говорит, что у них есть русская дискотека, но они по-немецки там разговаривают. На работе она использует русский, *если там кто-то есть, кто по-русски разговаривает, чтоб другие не слышали, да*, реже с клиентами. В офисе адвоката приходилось и переводить, и общаться. Говоря о своей работе, использует немецкие слова без перевода: *Сейчас я сижу у Polizei oder Bussgeldsteller* (т. е. в полиции или занимается штрафами). Длинное высказывание получено в ответ на вопрос о том, почему она вчера поздно вернулась:

Пример 3.

ЕП: Что ты делала вчера вечером?

ВШ: Два часа с работы ехала.

ЕП: Почему? Так далеко?

Мама: Чего так долго?

ВШ: Потому что там вот в этом районе был...

Мама: Авария была, что ли?

ВШ: Feiertag [праздник].

Мама: Праздник,

КМ: Выходной.

ВШ: Праздник, выходной. А там, где я работаю, там все работали, и отсюда все там...

Мама: А, закупаться ездили.

ВШ: Туда закупаться, и тама еще... Weihnachtsmarkt [рождественский базар].

Мама: Типа ярмарки русской, вот как вы говорили. Вот это вот, ярмарка еще идет.

ВШ: И там все были, и я ни туда и ни сюда.

ЕП: То есть пробка была.

В примере раскрываются тактики мамы: она задает вопросы, чтобы интервьюируемая лучше поняла, предлагает ответы. ВШ склонна повторять предложенные варианты, соглашаясь со всеми. ЕП также стремится подвести итог и предложить обобщающее слово для события, которого ВШ, возможно, не знает. На самом деле причина в том, что преимущественно католические и преимущественно лютеранские земли не всегда имеют выходные в одно и то же время (праздники в этих конфессиях не совпадают), что создает дополнительные возможности – или, наоборот, проблемы – для тех, кто живет близко к границе земли.

В сообщении о том, что она будет делать сегодня вечером, Вероника путает глагол: *Мы сейчас к бабушке поедем, дед завтра в больницу пойдет*.

Относительно любимых занятий Вероника сообщает, что любит дома на диване лежать, а в тренажерный зал *нет, я не хожу, больше нет* (в конце калька с немецкого). Фильмы в компьютере смотрят с мужем *по-немецки, если нет, то, значит, по-английски, потому что мне не нравит-*

ся, как русские переводят. Русские мультфильмы узнали, когда были в России, потому что там их смотрели родственники. Из мультфильмов детства помнит «Простоквашино», «Кот Леопольд», «Золушка», «Ну, погоди!». Хотя слушает русскую музыку, но не помнит имен певцов, из знаменитых русских людей помнит Путина и Сталина, никаких писателей не помнит, из российских немцев знает маму с папой и Хелену Фишер (о том, нравится ли она, тоже говорит *пойдет*).

Описывая свой характер, Вероника сообщает, что она *интеллигентная, смешная*. Точно знает, что она немка, при этом *в России я чувствуюсь немка, а если я тут – я русская*. Лучший друг – муж. О том, как они познакомились или как начали дружить, говорится подробно: родители строились (т. е. строили дома) через дом друг от друга, а Филипп с Альбертом сидели на ступеньках у немцев, и они играли в этом, *GameBoy. Компьютер, в таком, маленьком... Как мы так познакомились – я не помню. Не знаю, мама с папой сидели тут один раз, я знаю еще. В Keller-e [подвал], как это по-русски? Подвале, кушали, пили. С этого события скоро будет шесть*.

Во время отдыха в Турции с турками говорила по-русски (*Они тоже может – неверная форма числа*), а также познакомились с людьми с Украины, но *они по-другому чуть-чуть разговаривают*, например, *они не спать, а «спить», или че-то такое*. Если бы семья Вероники не переехала в Германию, *в грязи, наверное, жили*, потому что *там, где бабушка живет, там дорог нету нормальных. У них не асфальт, а грязь. И туалета нету, и душа нету, только в бане*. Говоря о жизни в прежние времена, родные упоминают, что было тяжело, но рассказывают и много смешного.

Считает, что дети будут знать русский язык *от мамы, от папы, от нас. У нас почти все по-русски... Читать, писать, если не хочет когда-то, не будет, пускай. А если не хочет, значит, не надо. Лишь бы говорить по-русски*.

Вероника делает порой в русском языке и «детские» ошибки, характерные для периода овладения первым языком, и ошибки «иностранца», например, в употреблении калек, вида и времени глаголов. Ее речь основана на обобщении устной коммуникации с окружающими, где не всегда можно разобрать верное окончание.

Заключение

Причиной относительной сохранности русского языка в семье Шуман является тот факт, что не все ее члены перешли на преимущественно немецкоязычное общение, что они продолжают смотреть русскоязычное телевидение и имеют родственников в России. Смешанное общение изобилует ошибками, связанными с воздействием доминантного немецкого языка на русский, иногда затрудняющими взаимопонимание, однако эти трудности преодолимы при наличии взаимной доброй воли коммуникантов. Разговаривать интересно: члены семьи наблюдательны, имеют опыт в разных областях жизни. Безусловным лидером является мама.

Кроме того, заметно, что коммуникативная способность на каком-то из языков не теряется со временем, если была сформирована в детстве, и может, при возникновении потребности, вернуться на новом уровне.

Проанализировав билингвальный модус общения в семье Шуман, мы можем сказать, что для них естественно переходить с языка на язык, в основном понимая друг друга. Это так называемый транслингвизм, *translanguaging* (см., например: [Mazzaferro 2018]), типичный для ситуаций общения в малых билингвальных группах, особенно когда собеседники хорошо знакомы друг с другом. Типы включения немецких слов в русский контекст достаточно известны (ср. [Poplack 2018]). Коммуникативными тактиками в разговоре являются запросы, подсказки, переспросы, конкретные вопросы о словах, предложения вариантов, пропуск вопросов (если не знаешь ответа), использование маркеров затруднения (*как сказать, как объяснить* и пр.). В силу присутствия при беседе филологов лингвистическая сторона речи то и дело подвергается рассмотрению кем-то из участников общения. В целом можно сказать, что хотя разговор постоянно тормозится, поскольку кто-то чего-то не понимает, он происходит весело, с ироническим отношением к возникающим проблемам.

Список литературы

- Менг К., Протасова Е. Интеракционная грамматика раннего билингвизма // Путь в язык: Одноязычие и двуязычие. М.: Языки славянских культур, 2011. С. 221–234.
- Менг К., Протасова Е. Трансформация культурно-языкового самосознания российских немцев в Германии // Этнографическое обозрение. 2015. № 6. С. 13–25.
- Менг К., Протасова Е. «Свои» и «местные»: четверть века российских немцев в Германии // Другой в литературе и культуре. М.: Новое литературное обозрение, 2019. Т. 1. С. 195–213.
- Bauckus S., Kresin S. (Eds.) *Connecting across Languages and Cultures: A Heritage Language Festschrift in Honor of Olga Kagan*. Bloomington: Slavica, 2018. 227 p.
- Beebe S.A., Masterson J.T. *Communicating in small groups: Principles and practices*. 9th ed. Boston: Allyn & Bacon, 2008. 400 p.
- Brehmer B., Mehlhorn G. (Hrsg.) *Potenziale von Herkunftssprachen – Sprachliche und außersprachliche Einflussfaktoren*. Tübingen: Stauffenburg, 2018. 295 s.
- Dragoy O., Virfel E., Yurchenko A., Bastiaanse R. Aspect and tense attrition in Russian-German bilingual speakers // *International Journal of Bilingualism*. 2017. Vol. 23. № 1. P. 275–295. DOI: 10.1177/1367006917728388.
- Fase W., Jaspaert K., Kroon S. (Eds.) *Maintenance and Loss of Minority Languages*. Amsterdam: Benjamins, 1992. 402 p. DOI: 10.1017/S0272263100012481.
- Gastil J. *The group in society*. Thousand Oaks: Sage, 2010. 307 p. DOI: 10.4135/9781452274676.
- Grosjean F. *Bilingual and monolingual language modes* // *The Encyclopedia of Applied Linguistics*. New York: Blackwell, 2013. DOI: 10.1002/9781405198431.wbeal009.

- Heckmann F., Schnapper D. (Eds.) *The Integration of Immigrants in European Societies: National Differences*. Oldenbourg: De Gruyter, 2003. 261 p.
- Isurin L., Riehl C.M. (Eds.) *Integration, Identity and Language Maintenance in Young Immigrants. Russian Germans or Maintenance German Russians?* Philadelphia: Benjamins, 2017. 285 p. DOI: 10.1075/impact.44.con
- Martin J.N., Nakayama T.K. *Intercultural Communication in Contexts*. 6th ed. New York: McGraw-Hill, 2020. 504 p.
- Mazzaferro G. *Translanguaging as everyday practice*. Cham: Springer, 2018. 283 p. DOI :10.21283/2376905x.9.161.
- Meng K., Protassova E. *Deutsch und Russisch: Herkunftssprachen in russlanddeutschen Aussiedlerfamilien // Publikationsserver*. Mannheim: Institut für deutsche Sprache (IDS), 2016. URL: <http://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/index/index/docId/4615>.
- Montrul S. *Heritage language development: Connecting the dots // International Journal of Bilingualism*. 2018. Vol. 22. No. 5. P. 530–546. DOI: 10.1177/1367006916654368.
- Pikkarainen M. *Finnish and Russian as lingua francas. Joint activity in conversations*. Helsinki: University of Helsinki, 2015. 200 p.
- Polinsky M. *Heritage Languages and Their Speakers*. Cambridge: Cambridge University Press, 2018. 430 p. DOI: 10.1017/9781107252349.
- Poplack S. *Borrowing: Loanwords in the Speech Community and in the Grammar*. Oxford: Oxford University Press, 2018. 272 p.
- Reich H.H., Roth H.-J. (Hrsg.) *Spracherwerb zweisprachig aufwachsender Kinder und Jugendlicher. Ein Überblick über den Stand der nationalen und internationalen Forschung*. Hamburg: Impressum, 2002. 54 p.
- Rodriguez-Cuadado S., Baus C., Costa A. *Foreigner talk through word reduction in native/non-native spoken interactions // Bilingualism: Language and Cognition*. 2018. Vol. 21. No. 2. P. 419–426. DOI: 10.1017/S1366728917000402.
- Stewart J., Zediker K.E., Witteborn S. *Together: Communicating interpersonally*. 6th ed. Los Angeles: Roxbury, 2004. 414 p.
- Witzlack-Makarevich K., Wulff N. (Hrsg.) *Handbuch des Russischen in Deutschland: Migration – Mehrsprachigkeit – Spracherwerb*. Berlin: Frank & Timme, 2017. 806 s.
- Woolridge B. 'Foreigner talk': An important element in cross-cultural management education and training // *International Review of Administrative Sciences*. 2001. Vol. 67. P. 621–634. DOI: 10.1177/0020852301674002.

References

- Bauckus, S., Kresin, S. (Eds.) (2018) *Connecting across Languages and Cultures: A Heritage Language Festschrift in Honor of Olga Kagan*. Bloomington: Slavica. 227 p.
- Beebe, S.A., Masterson, J.T. (2008) *Communicating in Small Groups: Principles and Practices*. 9th ed. Boston: Allyn & Bacon. 400 p.
- Brehmer, B., Mehlhorn, G. (Hrsg.) (2018) *Potenziale von Herkunftssprachen – Sprachliche und außersprachliche Einflussfaktoren*. Tübingen: Stauffenburg. 295 s.
- Dragoy, O., Virfel, E., Yurchenko, A., Bastiaanse, R. (2017) Aspect and tense attrition in Russian-German bilingual speakers. *International Journal of Bilingualism*. Vol. 23. No. 1. P. 275–295. DOI: 10.1177/1367006917728388.

- Fase, W., Jaspaert, K., Kroon, S. (Eds.) (1992) *Maintenance and Loss of Minority Languages*. Amsterdam: Benjamins. 402 p. DOI: 10.1017/S0272263100012481.
- Gastil, J. (2010) *The Group in Society*. Thousand Oaks: Sage. 307 p. DOI: 10.4135/9781452274676.
- Grosjean, F. (2013) Bilingual and monolingual language modes // Chapelle C.A. (Ed.) *The Encyclopedia of Applied Linguistics*. New York: Blackwell. DOI: 10.1002/9781405198431.wbeal009.
- Heckmann, F., Schnapper, D. (Eds.) (2003) *The Integration of Immigrants in European Societies: National Differences*. Oldenbourg: De Gruyter. 261 p.
- Isurin, L., Riehl, C.M. (Eds.) (2017) *Integration, Identity and Language Maintenance in Young Immigrants. Russian Germans or Maintenance German Russians?* Philadelphia: Benjamins. 285 p. DOI: 10.1075/impact.44.con.
- Martin, J.N., Nakayama, T.K. (2020) *Intercultural Communication in Contexts*. 6th ed. New York: McGraw-Hill. 504 p.
- Mazzaferro, G. (Ed.) (2018) *Translanguaging as Everyday Practice*. Cham: Springer. 283 p. DOI :10.21283/2376905x.9.161.
- Meng, K., Protassova, E. (2011) Interakcionnaja grammatika rannego bilingvizma [Interactional grammar of early bilingualism]. In: Ceytlin, S.N., Eliseeva, M.B. (Eds.) *Put' v jazyk: Odnjazychie i dvujazychie [The way to language: Monolingualism and bilingualism]*. Moscow: Jazyki slavjanskih kul'tur. Pp. 221-234. (in Russian)
- Meng, K., Protassova, E. (2015) Transformacija kul'turno-jazykovogo samosoznanija rossijskih nemcev v Germanii [Transformation of the cultural-linguistic self-consciousness of the Russian Germans in Germany]. *Etnograficheskoe obozrenie*. 2015. No 6. Pp. 13-25. (in Russian)
- Meng, K., Protassova, E. (2016) *Deutsch und Russisch: Herkunftssprachen in russland-deutschen Aussiedlerfamilien*. Mannheim: Institut für deutsche Sprache (IDS), <<http://ids-pub.bs-z-bw.de/frontdoor/index/index/docId/4615>>.
- Meng, K., Protassova, E. (2019) «Svoi» i «mestnye»: chetvert' veka rossijskih nemcev v Germanii [The “own” and the “locals”: a quarter of century of the Russian Germans in Germany]. In: Stepanov, A.G. (Ed.) *Drugoj v literature i kul'ture [Another in literature and culture]*. Moscow: Novoe litiraturnoe obozrenie. T. 1. Pp. 195-213. (in Russian)
- Montrul, S. (2018) Heritage language development: Connecting the dots. *International Journal of Bilingualism*. Vol. 22. No. 5. Pp. 530–546. DOI: 10.1177/1367006916654368.
- Pikkarainen, M. (2015) *Finnish and Russian as lingua francas. Joint activity in conversations*. Helsinki: University of Helsinki. 200 p.
- Polinsky, M. (2018) *Heritage Languages and Their Speakers*. Cambridge: Cambridge University Press. 430 p. DOI: 10.1017/9781107252349.
- Poplack, S. (2018) *Borrowing: Loanwords in the Speech Community and in the Grammar*. Oxford: Oxford University Press. 272 p.
- Reich, H.H., Roth, H.-J. (Hrsg.) (2002) *Spracherwerb zweisprachig aufwachsender Kinder und Jugendlicher. Ein Überblick über den Stand der nationalen und internationalen Forschung*. Hamburg: Impressum. 54 s.
- Rodriguez-Cuardado, S., Baus, C., Costa, A. (2018) Foreigner talk through word reduction in native/non-native spoken interactions. *Bilingualism: Language and Cognition*. V. 21. No 2. Pp. 419-426. DOI: 10.1017/S1366728917000402.

- Stewart, J., Zediker, K.E., Witteborn, S. (2004) *Together: Communicating interpersonally*. 6th ed. Los Angeles: Roxbury. 414 p.
- Witzlack-Makarevich K., Wulff N. (Hrsg.) (2017) *Handbuch des Russischen in Deutschland: Migration – Mehrsprachigkeit – Spracherwerb*. Berlin: Frank & Timme. 806 s.
- Woolridge, B. (2001) 'Foreigner talk': An important element in cross-cultural management education and training. *International Review of Administrative Sciences*. Vol. 67. Pp. 621-634. DOI: 10.1177/0020852301674002.
-

RUNNING OUT OF WORDS: TACTICS FOR MAINTAINING CONVERSATION AMONG RUSSIAN-GERMAN BILINGUALS

K. Meng¹, E. Protassova²

¹ *Institute of German Language (Mannheim, Germany)*

² *University of Helsinki (Helsinki, Finland)*

Abstract: The study combines analysis of social interaction between bilingual Russian-German speakers competent in the two languages to different degrees with assessment of the levels of oral and written proficiency of the young Russian Germans who came as small children to Germany or were born here. This is a part of a larger longitudinal project dedicated to the linguistic integration of the Russian Germans in Germany conducted since shortly after their arrival as repatriates to the historical homeland. The communication took place at the family home after 25 years of immigration. It was interesting to discover bilingual practices and means that are in use to achieve certain goals of communication. Questions were asked about different aspects of their life and their attitudes toward the previous and actual situation. The peculiarities of the oral and written German as well as of the oral Russian and of the ability to read were tested and analyzed. The results obtained allow to understand bilingual development of children, now young adults, without systematical support for the literacy in the Russian language. Even if they hear a lot of Russian from their relatives, it is not important to maintain the language and they do not make additional efforts to do it. This is an outcome of the family language policy and the consequences of parents' communicative practices.

Key words: heritage speakers, Russian-German bilingualism, 25 years of the Russian Germans in Germany, communication in a multilevel small group, Russian-speaking diaspora.

For citation:

Meng, K., Protassova, E. (2020), Running out of words: tactics for maintaining conversation among Russian-German bilinguals. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 2, pp. 283-299. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).283-299. (in Russian)

About the authors:

¹ **Meng, Katharina**, Dr. hab. in Linguistics, Professor

² **Protassova, Ekaterina**, PhD in Linguistics, Dr. hab. in Pedagogy, Docent, Adjunct Professor

Corresponding authors:

¹ Postal address: PO Box 10 16 21, Mannheim, D-68016, Germany

² Postal address: PO Box 24, Helsinki, 00014, Finland

¹ E-mail: kathmeng@online.de

² E-mail: ekaterina.protassova@helsinki.fi

Received: April 1, 2020

Revised: April 19, 2020

Accepted: May 15, 2020

СОГЛАСИЕ И НЕСОГЛАСИЕ В СВЕТЕ ТЕОРИИ РЕЧЕВЫХ АКТОВ*

Б.Ю. Норман^{1,2}

¹ Белорусский государственный университет (Минск, Беларусь)

² Уральский федеральный университет

им. первого Президента России Б.Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия)

Аннотация: В статье исследуется место, которое занимают согласие и несогласие в речевой деятельности. Фоном для решения этой актуальной задачи является теория речевых актов. В качестве фактического материала привлекаются примеры из русской художественной литературы и разговорной речи. Показано, что категории согласия и несогласия могут выступать как: а) самостоятельные реплики, регулирующие развитие диалога (типа русских *Да* и *Нет*); б) семантические пресуппозиции, входящие в состав разнообразных речевых актов (одобрения, удивления, разрешения, возмущения и т. д.); в) доминирующие лингвopsихологические установки при производстве текста; г) черты, характеризующие языковую личность. Комбинации согласия или несогласия с иными смыслами маскируют данные интенции, и реципиент, чтобы правильно понять текст, должен восстановить всю цепочку пропозиций, использованную говорящим. Описываются также ситуации нейтрализации согласия и несогласия, обусловленные либо сложностью дискурсивных условий, либо личностными качествами говорящего. Отмечается связь этих ситуаций с явлениями хеджинга и эмпатии, представляющими собой тьюнинг межличностных отношений в микроколлективе. Делается вывод, что согласие и несогласие представляют собой сложные, многоуровневые коммуникативные категории.

Ключевые слова: согласие, несогласие, речевой акт, интенция, коммуникативная категория, хеджинг, эмпатия.

Для цитирования:

Норман Б.Ю. Согласие и несогласие в свете теории речевых актов // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 2. С. 300–315. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).300-315.

Сведения об авторе:

Норман Борис Юстинович, доктор филологических наук, профессор,¹ профессор кафедры теоретического и славянского языкознания,² ведущий на-

* Исследование выполнено при поддержке Программы повышения конкурентоспособности УрФУ на 2013–2020 гг. (номер соглашения 02.A03.21.0006).

учный сотрудник кафедры фундаментальной и прикладной лингвистики и текстологии

Контактная информация:

¹ Почтовый адрес: 220030, Беларусь, Минск, пр. Независимости, 4

² Почтовый адрес: 620000, Россия, Екатеринбург, пр. Ленина, 51

E-mail: boris.norman@gmail.com

Дата поступления статьи: 14.01.2020

Дата рецензирования: 24.01.2020

Дата принятия в печать: 15.05.2020

– *Смотри, какие у парня кривые ноги!*

– *Это мой жених.*

– *А как они ему идут!*

Анекдот

Введение

Слова *согласие* и *несогласие* имеют в русском языке по несколько значений, в том числе и относящихся к состоянию общества: к понятию единомыслия или, наоборот, внутреннего разброда. Но, поскольку нас в данном случае интересуют не общественные отношения, а коммуникативная практика, то мы из зафиксированных в словаре толкований выбираем следующие:

Согласие – утвердительный ответ на что-л., позволение, разрешение.

Несогласие – отсутствие согласия с чем-л., на что-л.; отказ [БТСРЯ].

Отсюда вытекает первое, весьма важное для нас свойство согласия и несогласия: это составная часть диалога, ответная интенция, реакция на какое-то действие (речевое или физическое) партнера. Согласие и несогласие могут выступать, так сказать, в чистом виде; прототипическая форма их выражения в русском языке – это слова-предложения *Да* и *Нет*. Например: *Ты посуду помыла? – Да. Кашу есть будешь? – Нет.*

Но чаще такая реплика, образующая или продолжающая собой диалог, сопряжена с иными смысловыми оттенками: одобрения, подтверждения, сомнения, возмущения и т. п. В этом заключается ее «непрямой» характер. Для подобных смешанных интенций очень хорошо подходят речевые клише, готовые коллокации. В частности, «положительные» в своей основе ответы могут выглядеть примерно как *Еще бы! О чем речь! Само собой, Легко! И не говори! Это вы мне говорите? Кто б сомневался, Ежу понятно* и т.п. Ответы же по сути «отрицательные», т. е. содержащие в себе несогласие, могут иметь вид *Это еще что за новости! Еще чего! И не думай! Не смей меня, Только не сегодня, С какой стати? Я вас умоляю! Ни в коем случае, Голова болит, Спроси что-нибудь другое* и т. п., см.: [Норман 2017: 125–128]. Приведем из художественной литературы по два примера той и другой реплики:

– *Пожалуйста, разыщите господина Пирумова, – услышал Феликс рядом с собой голос Ольги. – Он разъяснит, он разберется.*

– ***Слушаюсь, мадам!** – огрызнулся офицер и вышел из вагона (М. Левитин. Поганец Бах).*

– *Могу подвезти. Тебе куда?*

– *Тут неподалеку есть фитнес-клуб.*

– *Дорогу покажешь?*

– ***Легко.** Но больше ста рублей не дам, – решила она поторговаться (Д. Донцова. Фанера Миловская).*

– *Ну отвези их, я тебя прошу! – сквозь сон я услышал голос Лены.*

Я хотел поднять голову, сказать, что мы прекрасно дойдем, но голова не поднималась.

– ***Еще чего!** – услышал я сиплый голос нашего друга. – Не знаешь разве – резина лысая! (В. Попов. Эх, Володя!).*

– *Вы меня отпустите?*

– ***Не смешите,** дорогая, – сказал он. – Не так вы глупы, чтобы верить... (Т. Полякова. Фуршет для одинокой дамы).*

Далее в статье в качестве фактического материала будут использоваться примеры из русской художественной литературы, а также из разговорной речи и Интернета. Нас будут интересовать случаи прямого или завуалированного выражения согласия и несогласия в русской речи, а также оценка этих фактов носителями языка.

Стратегии, тактики, речевые акты, речевые ходы

Любопытно, что теория речевых актов, выделившаяся с 60-х годов прошлого века в отдельное направление в лингвистике, не уделяет согласию и несогласию особого внимания. Классификации речевых актов, начиная с работ Дж. Остина и Дж. Серля, опираются на семантику перформативных глаголов (глаголов, именующих действия) и включают в себя такие виды иллокутивных актов, как вердиктивы, экзерситивы, комиссивы, бехабитивы и др. У последователей этой теории количество типов речевых актов достигает нескольких десятков (обзоры см.: [Богданов 1990: 41–58; Pisarek 1995: 27–38; Сусов 2009: 109–132] и др.). Однако очень редко среди них упоминается согласие или несогласие, – например, как *concurring* и *disagreeing* у К. Баха [Bach 2006: 467]. Причина этого, по-видимому, заключается именно в том, что согласие или несогласие – не самостоятельный речевой акт, а только ответная реплика.

В основательной монографии О.С. Иссерс, выдержавшей несколько изданий, различаются общие и частные коммуникативные стратегии. «Так, общая стратегия дискредитации (обычно – третьего лица, реже – слушающего) реализуется в частных стратегиях обвинения, оскорбления, насмешки» [Иссерс 2012: 105]. С функциональной точки зрения общие стратегии подразделяются на основные (семантические, когнитивные) и вспомога-

тельные [Иссерс 2012: 106–108]. По-видимому, интересующие нас согласие и несогласие в сей таксономии попадают в диалоговые («вспомогательные») стратегии (наряду с такими, как «Контроль за темой», «Контроль над инициативой» и др.). Сказать «Да» или «Нет» – значит уже проконтролировать развитие темы и обменяться инициативой. Стратегии воплощаются в тактики, а тактики реализуются в виде речевых ходов.

В понимании И.Н. Горелова и К.Ф. Седова весь объем дискурсивно обусловленного общения распадается на речевые жанры разного уровня обобщения (гипержанры, жанры, субжанры). Примерами жанров могут служить болтовня, ссора, светская беседа, флирт, разговор по душам, объяснительная записка и т. д. [Горелов, Седов 2004: 170]. При этом предварительно декларируется наличие трех типов коммуникативных стратегий («общих тональностей общения») – это инвективная, куртуазная и рационально-эвристическая стратегии – и трех уровней коммуникативной компетенции: конфликтного, централизованного и кооперативного [Горелов, Седов 2004: 158–168]. По-видимому, эти стратегии и компетенции коррелируют между собой. Но главное, что между стратегиями и реализующими их многочисленными тактиками (возмущения, насмешки, упрека, обвинения, угрозы и т. д.) обнаруживается промежуточная ступень – сеть речевых жанров. Куда же здесь попадают согласие и несогласие? Скорее всего, их надо трактовать как частные тактики, входящие на правах составной части в то же возмущение или одобрение. Вообще аксиологические речевые акты включают в себя согласие или несогласие в качестве этической нормы, по принципу: «То, что хорошо, что мне нравится, – с тем я согласен». И наоборот: «Если что-то, по-моему, плохо, это значит, что я с этим несогласен». Приведем два примера, иллюстрирующие вхождение сем согласия и несогласия в оценочные речевые акты:

– *Вам нравится проливать кровь – **флаг вам в руки!** Ко мне-то вы чего цепляетесь?* (Н. Леонов, А. Макеев. Колдовская любовь).

Варвара шла за ним.

– *Тогда слушай, Бузыкин. Ты еще не начал? Может быть, у тебя есть какие-нибудь наброски? Я бы воспользовалась?*

– *Что?.. **А полы помыть тебе не требуется?** А то я вымою, ты только свисти!* (А. Володин. Осенний марафон. Киносценарий).

Впрочем, отношения между согласием/несогласием и частным видом иллокуции принимают в речи весьма разнообразный вид. Так, сочетаясь с интенцией приказа, согласие превращается в речевой акт разрешения, а несогласие – в акт запрета [Озаровский 1994: 127]. А в следующей цитате – отрывке из повести Славы Сэ «Режиссер» – хорошо показаны сценические поиски начинающей актрисы. Она должна уметь продемонстрировать свое согласие (произнести «Да») с поочередным выражением удивления, потрясения, эмоционального надрыва, дамского каприза, легкой иронии и прочих сценических модальностей.

Люба репетировала слово «да». Она приготовила два десятка разных «да».

Удивленное – закрыть лицо руками, посмотреть в зал и, когда все замрут и тишина станет стеклянной, выдержать дли-и-инную такую паузу и потом только – «да»!

Следующее «да» – потрясенное. Сквозь слезы, очень тихое, одними губами.

Экспрессивное, громкое, с прыжком, с хлопаньем в ладоши и кружением.

Псевдонедовольное (ты что, сдурел?), потом рассмеяться и крикнуть – да!

С шутливым обращением в зал – простите его, люди добрые, наш режиссер перегрелся.

И так далее. Репетировать свое согласие Люба могла часами.

Это, разумеется, лишь малая часть тех комбинаций, которые рождаются «на стыке» интенции согласия с конкретными типами иллокуции. Если сема согласия просматривается в глубине таких речевых актов, как одобрение, восхищение, разрешение, благодарность, поздравление и т. п., то сема несогласия, отрицания содержится в актах сожаления, недовольства (дезапробации), презрения, запрета, угрозы.... А.П. Латушко попыталась дифференцировать эти сложные ситуации на материале нескольких славянских языков. По ее данным, выражение полного согласия и несогласия в текстах встречается чаще, чем выражение неполного, а среди редких случаев зафиксированы такие смешанные интенции, как согласие-вызов, вынужденное согласие, согласие-благословение, согласие-угроза, несогласие-испуг, вежливое несогласие, уклонение и др. [Латушка 2019: 9–12].

Положительная или отрицательная реакция собеседника, комбинирующаяся с теми или иными дополнительными смыслами, маскирует, затушевывает свою природу. Наблюдатель должен расшифровать всю цепочку пропозиций, чтобы найти среди них согласие или несогласие. Примеры из литературных контекстов.

– Как вас зовут?

– А разве это обязательно?

*– **Повешусь**, – сказал Жек.*

– Таней. Только не вешайтесь (В. Драгунский. Сегодня и ежедневно).

Здесь Повешусь означает «Да, обязательно. Если не скажете, то я повешусь».

Говорит:

– А давайте в кино встретимся?

Я говорю:

*– **Я с незнакомыми не встречаюсь.***

Он говорит:

– Ладно, только не опаздывайте.

И вот мы рядом сидим и фильм такой... (М. Мишин. Случайные встречи).

За банальной формой отказа *Я с незнакомыми не встречаюсь* скрывается более сложный смысл: «Я вообще-то с незнакомыми не встречаюсь (потому что скромная), но для вас могу сделать исключение. Так что – да».

Пример из бытовой практики. Электрик пришел в дом, чтобы установить новую электрическую плиту. Хозяин дома, приглядываясь к его работе, спрашивает:

– *А отвертка крестиком у вас есть?*

Следует ответ:

– **Обижаете.**

Реакцию *Обижаете* следует истолковать таким образом: «Отвертка крестиком у меня, конечно, есть (согласие). Но ваш вопрос показывает, что вы не воспринимаете меня как профессионала. Этим вы меня обижаете».

И один краткий анекдот из газеты «Аргументы и факты» (2019. № 51):

Жена спрашивает мужа:

– *Тебе понравилось жаркое?*

– *Дорогая, ты ищешь повод для скандала?*

За ответом мужа скрывается, конечно, отрицание. Но на это краткое мысленное «Нет» накладывается почти психотерапевтический комментарий, и в результате мы имеем речевой акт (интеррогатив), казалось бы, вообще не имеющий отношения к исходному вопросу.

Впрочем, не следует думать, что согласие – безусловный признак кооперативной компетенции говорящего, а выражение несогласия обязательно ведет к конфронтации, к конфликтам. Коммуникативная ценность согласия и несогласия различается в зависимости от конкретной речевой ситуации. О.П. Ермакова справедливо замечает, что в рамках речевого акта утешения выражение согласия как раз нежелательно и ведет к обиде и разобщению, в то время как выражение несогласия ожидается собеседником и гармонизирует ситуацию [Ермакова 2018: 60–61]. Дело в том, что перед тем исходная (начальная) реплика обрисовывала какое-то негативное положение дел, содержала неблагоприятный прогноз и т. д. И задача собеседника – в ответной реплике развеять плохие предчувствия или оценку. Примеры:

Бабка вздохнула. Долго молчала.

– *Гнилье-то гнилье... А уж я доживу тут. Немного уж осталось. Я уж все продумала, как меня отсюда выносить будут.*

– **Начинается!** – невольно сказал Моня (В. Шукшин. Упорный).

Смотрит на себя в большое зеркало, через плечо, и говорит с грустью:

– *Да-а-а... Вот у меня и виски уже в инее!*

– **Какой еще иней?** – говорю. – **Что за чушь?** (В. Попов. Наконец-то!).

Представленные здесь речевые формулы *Начинается!* и *Какой еще... Что за чушь?*, выражающие несогласие, служат «зачеркиванию» предыдущей информации и эмоциональному выравниванию коммуникативной ситуации.

Аналогично обстоит дело при речевом акте упрёка. Здесь ответная реплика, содержащая несогласие, призвана нейтрализовать упрёк и перевести диалог из режима «Взрослый – Ребенок» (по Э. Берну) в режим «Взрослый – Взрослый» [Берн 1988: 18].

Пример:

– Ты слушаешь или нет?

– Слушаю. А что я еще делаю?

– Думаешь про свое.

– **Ничего я не думаю про свое.** Со мной все ясно. Если кастрюлю поставлю на самый сильный огонь, суп выкипает, и все.

– Суп? – переспросила Татьяна (В. Токарева. Летающие качели).

Согласие или несогласие как установка говорящего или черта личности

Таким образом, кроме возможного воплощения в самостоятельные реплики, служащие «двигателем» диалога, согласие и несогласие входят в качестве составной части (семантической пресуппозиции) во многие речевые акты. Однако коммуникативная практика позволяет усмотреть у них и более общую, «зонтичную» функцию. Речь идет о тех случаях, когда согласие или несогласие выступают как доминирующая психологическая установка, определяющая общий настрой говорящего, тональность его общения.

Вспомним рассказ Василия Шукшина «Срезал». Там герой, сельский житель Глеб Капустин, приходит на встречу с городским интеллигентом, кандидатом наук, с единственной целью – подколоть его, уязвить, развенчать авторитет ученого... В принципе, за каждым его вопросом таится заведомое несогласие, отрицание... Это – конфликтно-манипулятивный (по Горелову и Седову) подтип речевого поведения. Таким образом Глеб поддерживает собственный имидж среди односельчан и просто получает удовлетворение и удовольствие [Фролова 2017].

Процитируем:

Всякий раз в разговорах со знатными людьми деревни наступал вот такой момент – когда Глеб взмывал кверху. Он, наверное, всегда ждал такого момента, радовался ему.

Или вот Т. Катаева описывает жизнь Бориса Пастернака, но и о нем самом, и о его окружении говорит почти враждебно, с желчью:

Пастернак очень болен и стар – подхватил старость, как болезнь, лежит дома, ему ничего не нужно. Ольга Ивинская молода душой, и она может сделать очень многое – женить Пастернака на себе...

Пастернак всегда любил полноватых – и общество диктовало свои вкусы <...>, и его собственная конституция хотела бы чего-то «мягкого, женского» для звона его подсохших суставов.

Попадают под раздачу и другие великие личности: везде та же общая отрицательная модальность, проявляющаяся прежде всего в выборе лексики:

Мы – не современники и не потомки – еще менее ее приглашаем оценивать вздорность или не вздорность вышеупомянутого Льва Николаевича. Толстой не значил ничего, никаких пожеланий высказывать не мог (мог сотрясать воздух или марать бумагу)...

Бунин жил в Орловской губернии -- сейчас это Липецкая область, граничащая с Тульской. Свою худобу, нищенство, талант, амбиции, гиперсексуальность он очень поэтично описал...

Если вы были убеждены, что Набоков – неприятный тип, то утешьтесь тем, что от этого качества нельзя отмахнуться потому, что цветет оно на фоне педантичной, расчетливой, никогда не упускающей сладости отстаивания своих интересов (мужа – это еще хуже, мелочнее) дамы...

Даже природа не устраивает автора:

Некрасивый пейзаж Переделкина у пастернаковской дачи – самый некрасивый из окрестностей бывших Самаринских угодий. Ужасный, безвкусный садовый боярышник... (Т. Катаева. Другой Пастернак).

Внутреннее несогласие, критицизм просвечивают в каждой строке такой «школы злословия», и это, конечно свойство не столько текста, сколько автора. Удовлетворение от того, чтобы «сказать гадость», пусть даже по отношению к человеку, который никак уже не может ответить, типично для конфликтного типа речевого поведения. Это имеет прямое отношение к проблеме, чрезвычайно популярной в современной западной науке: к hate speech, т. е. к языку вражды. Язык вражды имеет свои регулярные, главным образом лексические, проявления в сфере расовых, гендерных, возрастных, имущественных и прочих различий, см.: [Brown 2017].

Очевидно, согласие и несогласие могут быть характеризующими (доминантными) не только для конкретной коммуникативной ситуации, но и для личности, для ее идиолекта. Это значит, что в первом случае человек склонен к конформистскому поведению, он, так сказать, соглашатель по природе. Во втором случае он – постоянный оппозиционер, склочник и бунтарь. Ситуация конформистского поведения может быть вынужденной, навязанной обстоятельствами, см.: [Норман 2012: 180]. Так, в следующей цитате из письма французского писателя Г. Флобера к его сестре Каролине консьержка пытается втянуть автора в разговор, а тот всячески этому сопротивляется (ему это неинтересно, или просто не до того и т. п.). Поэтому он отделяется однословными подтверждениями:

Консьержка. ...Принесла вам спички, сударь, вам, наверно, нужны?

Я. Да.

Консьержка. Вы их столько жжете. Так много трудитесь, сударь. Ах, сколько вы трудитесь! Я бы так не могла, прямо вам скажу.

Я. Да.

Консьержка. Скоро уж поедете домой. И правильно сделаете.

Я. Да.

Консьержка. Вам полезно будет подышать воздухом – ведь с тех пор, как вы здесь, вам, конечно, конечно...

Я (с нажимом). Да.

Консьержка (повышая голос). Ваши родители должны быть довольны, что у них такой сын, как вы...

Я. Да. (URL: <http://flobet.narod.ru/flaubert/letters.htm>; дата обращения: 27.12.2019).

Со временем склонность к определенному типу речевого поведения становится привычкой, входит в характер человека. В частности, таковой может стать любовь к возражениям, вместе со склонностью к наставлениям и нравоучениям. Ирина Одоевцева вспоминает о поведении поэтессы Зинаиды Гиппиус в эмиграции:

«Я не согласна» – фраза, наиболее часто – кстати или не совсем кстати – произносимая ею. Утилитарная, ширпотребная фраза, паспарту. Ее разговоры часто начинаются именно с нее... (И. Одоевцева. На берегах Сены).

Характерно, что несогласие здесь даже не требует никакой преамбулы: разговор может начаться с выражения отрицательного отношения к чему бы то ни было. Это – уже свойство личности с конфликтным типом речевого поведения.

Факты нейтрализации оппозиции «Согласие – несогласие»

Глобальная оппозиция согласия и несогласия не означает, что в речевой практике эти две составляющие диалогического процесса никогда не сближаются и не пересекаются. Наоборот, мы довольно часто сталкиваемся с явлением их нейтрализации. Допустим, человеку задают «общий» вопрос, на который надо ответить «Да» или «Нет». А он колеблется, сомневается, отвечает чем-то неопределенным, вроде *Мгм, Ну-у-у...* или *Да, но...*

Примеры:

– *Нет, будем говорить серьезно!* – сказал он. – *Я возьму вас с собой, Таня. Да? Вы поедете со мной? Вы хотите быть моей?*

– *Ну!* – сказала Таня и хотела опять засмеяться, но смеха не вышло, и красные пятна выступили у нее на лице (А.П. Чехов. Черный монах).

– *Прибьет он ее когда-нибудь,* – сказала она. – *Сам-то хлипкий, а ручки – будь здоров, как грабли. Слышишь ты?*

– *Мгм,* – сказал Сергей Антонович.

– *Чего ты все мычишь-то? – грозно спросила Антонина Ивановна. – Язык проглотил, что ли?* (М. Мишин. Заботы Сергея Антоновича).

И реплика «Спасибо», произнесенная в ответ на какое-то предложение, оказывается двузначной и требует уточнения: согласие ли это или вежливый отказ:

– *Спасибо, – протянула я, соображая, успею ли в Москву.*

– *Спасибо да или спасибо нет? – улыбнулся он.*

– *Спасибо да.*

Он весело закричал на кухню, отдавая распоряжение Татьяне Матвеевне (З. Масленникова. Разговоры с Пастернаком).

Подобная двусмысленность или колебания с ответом могут быть вызваны не только объективными причинами (недостатком информации, сложностью предмета разговора и т. п.), но и личностными качествами собеседников. Речь идет об этических принципах, о категориях вежливости и речевого этикета, о том, что сегодня принято называть эмпатией и хеджингом.

Это категории психологии и социологии общения. Хеджинг, сопровождающий позицию говорящего, есть стремление ограничивать себя в резких мнениях, склонность к вариативности и гипотетичности в суждениях. О современной трактовке хеджинга и инвентаре его средств – «маркерах неопределенности» – см.: [Dönninghaus 2005: 340–345; Fraser 2010: 22; Горина, Храброва 2017: 49] и др. Эмпатия же, более характеризующая слушающего, – это готовность принять точку зрения и эмоциональный мир говорящего, умение сопереживать и сочувствовать. В арсенале эмпатии есть свои типы речевых актов – ободрение, соболезнование, упомянутое выше утешение и др., но в целом это многообразно проявляемая встречная интенция по отношению к хеджингу.

Перед нами своего рода тюнинг, отлаживание коммуникативных отношений с партнером. Хеджинг требует избегать прямых форм подтверждения или отказа и рекомендует заменять их описательными или размытыми. Такая установка тоже может быть «характерообразующей», доминирующей для личности. И. Ильф дал в своих «Записных книжках» лаконичный портрет подобного индивида:

Человек не знал двух слов – «да» и «нет». Он отвечал туманно: «Может быть, возможно, мы подумаем».

А теперь приведем показательный пример из Интернета: анекдот о том, как говорящий подстраивает свои речевые тактики под мнение собеседника.

Экзамен по электротехнике. Профессор спрашивает студента:

– *Ну, расскажите мне, как в этой схеме текут токи?*

Студент в нерешительности медленно начинает показывать рукой справа налево:

– *Ну, вот сюда... – и смотрит на препода.*

Тот отрицательно покачивает головой (слегка):

– Не-а-а...

Студент (уже уверенно):

*– **Казалось бы!** Но на самом деле все наоборот!*

Здесь дискурсив *казалось бы* – манипулятивный сигнал отказа от некоторого поверхностного, «профанного» знания в пользу знания истинного, глубинного. И несогласие с собеседником, а точнее его имитация, играет тут ключевую роль. Вообще речевой прием «Возражение под видом согласия», типа *Да, но...*, – апробированное средство для подтверждения достоверного знания [Эффективность коммуникации 2019: 121–122].

Дело в том, что согласие и несогласие могут сталкиваться, так сказать, парадигматически, смешиваясь и нейтрализуясь в сознании говорящего. Но они могут взаимодействовать и в потоке речи, синтагматически, образуя те или иные последовательные комбинации. Т.В. Булыгина и А.Д. Шмелев, вслед за Д.Н. Шмелевым, описали подкласс «уступительно-противительных фразеосхем», в которых некоторый факт сначала принимается, а потом отрицается. Это примеры типа *Дружба дружбой, а служба службой* или *Съесть-то он съест, да кто ж ему даст...* [Булыгина, Шмелев 1997: 141–142]. К ним можно добавить конструкцию с отрицанием *N не N, (а/но)...*, где *N* – существительное в одном и том же падеже: *Гоголь не Гоголь, но что-то такое в нем есть*.

Три литературных иллюстрации:

*– Так слушайте же: вчера вечером я на Патриарших прудах встретился с таинственной личностью, **иностранцем не иностранцем**, который заранее знал о смерти Берлиоза и лично видел Понтия Пилата* (М. Булгаков. Мастер и Маргарита).

– Меня отец тоже на баяне не учил, а за воровство руки выламывал.

– Ну и зверье же!

*– **Зверье не зверье, а парнишке скажи: бич возьму*** (В. Шукшин. Хозяин бани и огорода).

*Жил он в то время с семьей в большом белорусском селе Горошино и владел **фабричкой не фабричкой**, а скажем, цехом, где работала вся его семья: жена и пять дочерей* (Д. Рубина. Больно только когда смеюсь).

Повторяющаяся лексема, с одной стороны, имитирует этап сомнения, оттягивания решения, естественный для внутренней речи. С другой стороны, она намечает тему последующего высказывания. А по сути, это – оценка факта по упомянутому уже принципу «*Да, но...*», при котором согласие оборачивается несогласием.

Н.Ю. Шведова, посвятившая лексическим повторам в разговорной речи целую главу своей монографии, писала:

«Характернейшей чертой повторов является то, что они всегда ярко экспрессивно окрашены и со значением утверждения или отрицания совмещают выражение живой реакции на то, что сказано» [Шведова 1960: 283].

Любопытно, что повтор слова на стыках диалогических реплик, сам по себе амбивалентный по отношению к согласию/несогласию, может поддерживаться дополнительными лексическими средствами, например, дискурсивом *говоришь*:

– *Это же товарищ Сухов, – заплетающимся языком сказал Петруха. Он сильно захмелел.*

– *Сухов, говоришь?* – усмехнулся Верещагин. – *Ну ладно, сейчас мы посмотрим, какой это Сухов* (В. Ежов, Р. Ибрагимбеков. Белое солнце пустыни. Киносценарий).

Говоришь здесь – не просто показатель переспроса, но знак сомнения и недоверия, предшествующий выбору согласия или несогласия.

А избыточное сопровождение повторяемой лексемы прямым показателем согласия или несогласия выдает недостаточную коммуникативную компетенцию говорящего:

– *Прибыли в Советский Союз? – громко, как глухого, спросил сосед.*

– *Прибыл, да.* <...>

– *Надолго? – спросил сосед.*

– *Надолго, да. Скоро уезжаю* (А. Володин. Осенний марафон. Киносценарий).

Разнообразные частицы – модальные, ограничительные, усилительные (*вот, ведь, же* и др.) – также придают выражению согласия и несогласия дополнительную экспрессию. Поэтому видеть в согласии и несогласии только два полюса в развитии перспективы межличностного диалога значило бы обеднять живую материю языка.

Заключение

Даже если не касаться просодических характеристик устной речи (которые важны, но остались за пределами нашего исследования), мы видим, что способы выражения согласия и несогласия в русском языке не просто многочисленны: они стилистически разнообразны и ярко характеризуют языковую личность. В целом же можно подытожить, что коммуникативные категории согласия и несогласия находят себе в языке следующее выражение: а) как самостоятельные реплики (типа *Да* и *Нет*), служащие развитию диалога; б) как семы (пресуппозиции), входящие в состав или сопровождающие такие речевые акты, как одобрение, сожаление, разрешение, восхищение и др., в) как общая тональность производства текста (доминирующая психологическая установка говорящего), г) как черты языковой личности. Таким образом, согласие и несогласие представляют собой в языке сложные, многоуровневые категории.

Список литературы

Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений. Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы. М.: Прогресс, 1988. 400 с.

- Богданов В.В.* Речевое общение: Прагматические и семантические аспекты. Ленинград: Ленинградский университет, 1990. 88 с.
- БТСРЯ* – Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С.А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 1998. 1534 с.
- Булыгина Т.В., Шмелев А.Д.* Возражение под видом согласия // Облик слова: сб. ст. / отв. ред. Л.П. Крысин. М.: Институт русского языка им. В.В. Виноградова, 1997. С. 137–148.
- Горелов И.Н., Седов К.Ф.* Основы психолингвистики: учебное пособие. 4-е изд. М.: Лабиринт, 2004. 318 с.
- Горина О.Г., Храброва В.Е.* Лингвистический хеджинг как коммуникативная стратегия (в русле корпусных исследований) // Вестник Новосибирского гос. ун-та. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2017. Т. 15, № 3. С. 44–53. DOI: 10.25205/1818-7935-2017-15-3-44-53.
- Ермакова О.П.* Функции согласия и несогласия в дружеской беседе // Жанры речи. 2018. № 1. С. 60–66. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-1-17-60-66.
- Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Изд-во ЛКИ, 2012. 304 с.
- Латушка Г.П.* Синтаксічна нячленныя выказванні са значэннем згоды і нязгоды ў славянскіх мовах: аўтарэферат дысертацыі ... канд. філал. навук. Мінск, 2019. 24 с.
- Норман Б.Ю.* Игра на гранях языка. 2-е изд. М.: Флинта–Наука, 2012. 344 с.
- Норман Б.Ю.* Прагматический потенциал русской лексики и грамматики. Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2017. 464 с.
- Озаровский О.* Синтаксические аспекты и формы модальности в русском языке // *Modalität und Modus: Allgemeine Fragen und Realisierung im Slavischen.* Wiesbaden: Harrasowitz Verlag, 1994. С. 114–130.
- Сусов И.П.* Лингвистическая прагматика. Винница: Нова книга, 2009. 272 с.
- Фролова О.Е.* Манипулятивная конкуренция // Конкуренция в языке и коммуникации / отв. ред. Л.Л. Федорова. М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2017. С. 214–224.
- Шведова Н.Ю.* Очерки по синтаксису русской разговорной речи. М.: Изд-во АН СССР, 1960. 377 с.
- Эффективность коммуникации: понятие, роль адресанта и адресата, основные приемы ее достижения: монография / под ред. О.Б. Сиротининой, М.А. Кормилициной. Саратов: ООО Издательский центр «Наука», 2019. 236 с.
- Bach K.* Pragmatics and the Philosophy of Language // L.R. Horn and G. Ward (eds.). *The Handbook of Pragmatics.* Blackwell Publishing, 2006. P. 463–487. DOI: 10.1002/9780470756959.ch21.
- Brown A.* What is hate speech? Part 1: The Myth of Hate // *Law and Philosophy.* 36 (4). March 2017. URL: <https://www.researchgate.net/publication/315473313> (дата обращения: 03.01.2019). DOI: 10.1007/s10982-017-9297-1.
- Dönninghaus S.* Die Vagheit der Sprache. Begriffsgeschichte und Funktionsbeschreibung anhang der tschechischen Wissenschaftssprache. Wiesbaden: Harrasowitz Verlag, 2005. 658 s.
- Fraser B.* Pragmatic competence: The case of hedging // *New Approaches to Hedging.* Ed. by G. Kaltenböck et al. Emerald Group Publishing Limited. 2010. P. 15–34. DOI: 10.1163/9789004253247_003.

Pisarek L. Речевые действия и их реализация в русском языке в сопоставлении с польским (экспрессивы). Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 1995. 173 с.

References

- Bach, K. (2006), Pragmatics and the Philosophy of Language // L.R. Horn and G. Ward (eds.). *The Handbook of Pragmatics*. Blackwell Publishing. Pp. 463-487. DOI: 10.1002/9780470756959.ch21.
- Bern, E. (1988), *Igry, v kotorye igrajut ljudi. Psihologija chelovecheskih vzaimootnoshenij. Ljudi, kotorye igrajut v igry. Psihologija chelovecheskoj sud'by* [Games what People Play. The psychology of human relationships. People who play games. The psychology of human destiny]. Moscow: Progress. 400 p.
- Bogdanov, V.V. (1990), *Rechevoe obshhenie: Pragmaticheskie i semanticheskie aspekty* [Speech Communication: Pragmatic and Semantic Aspects]. Leningrad: Leningradskij universitet. 88 p.
- Brown, A. (2017), What is hate speech? Part 1: The Myth of Hate. *Law and Philosophy*. 36 (4). March 2017. URL: <https://www.researchgate.net/publication/315473313> (accessed date: January 3, 2019). DOI: 10.1007/s10982-017-9297-1.
- Bulygina, T.V., Shmelev, A.D. (1997), Vozrazhenie pod vidom soglasija [Objection under the guise of consent]. In: L.P. Krysin (ed.). *Oblik slova. Sbornik statej*. Moscow: Institut russkogo yazyka im. V.V. Vinogradova. P. 137-148.
- Dönninghaus, S. (2005), *Die Vagheit der Sprache. Begriffsgeschichte und Funktionsbeschreibung anhand der tschechischen Wissenschaftssprache*. Wiesbaden: Harrasowitz Verlag. 658 p.
- Ermakova, O.P. (2018), Funkcii soglasija i nesoglasija v družeskoj besede [Functions of consent and disagreement in a friendly conversation]. *Zhany rechii*. № 1. Pp. 60-66. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-1-17-60-66.
- Fraser, B. (2010), Pragmatic competence: The case of hedging. In: G. Kaltenböck et al. (eds.) *New Approaches to Hedging*. Emerald Group Publishing Limited. Pp. 15-34. DOI: 10.1163/9789004253247_003.
- Frolova, O.E. (2017), Manipuljativnaya konkurencija [Manipulative competition]. In: L.L. Fedorova (ed.) *Konkurencija v jazyke i kommunikacii*. Moscow: Rossijskij gosudarstvennyj gumanitarnyj universitet. Pp. 214-224.
- Gorelov, I.N., Sedov, K.F. (2004), *Osnovy psiholingvistiki*. Uchebnoe posobie [Fundamentals of Psycholinguistics. Tutorial]. Izd. 4-e. Moscow: Labirint. 318 p.
- Gorina, O.G., Hrabrova, V.E. (2017), Lingvisticheskiy hedzhing kak kommunikativnaja strategija (v rusle korpusnyh issledovanij) [Linguistic hedging as a communicative strategy (in the mainstream of corpus research)]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo uiversiteta. Serija: Lingvistika i mezhkul'turnaja kommunikacija*. T. 15, № 3. S. 44-53. DOI 10.25205/1818-7935-2017-15-3-44-53.
- Issers, O.S. (2012), *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoj rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech]. Izd. 6-e. Moscow: LKI. 304 p.
- Kuznecov, S.A. (ed.) (1998), *Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo jazyka* [Great Dictionary of Russian language]. Sankt-Peterburg.: Norint. 1536 p.
- Latushka, G.P. (2019), *Sintaksichna njachlennyja vykazvanni sa znachennem zgody i njazgody u slavyanskijh movah* [Syntactically indivisible utterances of agreement

- and disagreement in Slavic languages]. Autareferat dysertacyi... kand. filal. nauk. Minsk. 24 p.
- Norman, B.Ju. (2012), *Igra na granjah jazyka* [Game on the verges of language]. 2-e izd. Moscow: Flinta–Nauka. 344 p.
- Norman, B.Ju. (2017), *Pragmatischekij potencial russkoj leksiki i grammatiki* [The pragmatic potential of Russian vocabulary and grammar]. Ekaterinburg: Kabinetnyj uchenyj. 464 p.
- Ozarovskij, O. (1994), Sintaksicheskie aspekty i formy modal'nosti v russkom jazyke [Syntactic aspects and forms of modality in Russian]. In: Jachnow H. [et al.] (eds.). *Modalität und Modus: Allgemeine Fragen und Realisierung im Slavischen*. Wiesbaden: Harrasowitz Verlag. Pp. 114-130.
- Pisarek, L. (1995), *Rechevye dejstvija i ih realizacija v russkom jazyke v sopostavlenii s pol'skim (ekspressivny)* [Speech actions and their implementation in Russian in comparison with Polish (expressives)]. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego. 173 p.
- Shvedova, N.Ju. (1960), *Očerki po sintaksisu russkoj razgovornoj reči* [Essays on the syntax of Russian colloquial speech]. Moscow: Izdatel'stvo AN SSSR. 377 p.
- Sirotnina, O.B., Kormilitsyna, M.A. (eds.) (2019), *Effektivnost' kommunikacii: ponjatie, rol' adresanta i adresata, osnovnye priemy ee dostizhenija. Monografija* [The effectiveness of communication: the concept, the role of the addressee and addressee, the basic methods of its achievement. Monograph]. Saratov: OOO Izdatel'skij centr «Nauka». 236 p.
- Susov, I.P. (2009), *Lingvisticheskaja pragmatika* [Linguistic pragmatics]. Vinnica: Nova knyga. 272 p.

AGREEMENT AND DISAGREEMENT IN THE LIGHT OF THE THEORY OF SPEECH ACTS

B.Ju. Norman^{1,2}

¹ *Belarusian State University (Minsk, Belarus)*

² *Ural Federal University named after first President of Russia B.N. Yeltsin
(Yekaterinburg, Russia)*

Abstract: The article examines the place occupied by agreement and disagreement in speech activity. The background for solving this urgent problem is the theory of speech acts. Examples from Russian fiction and colloquial speech are used as factual material. It is shown that the categories of agreement and disagreement can act as: a) independent replicas that regulate the development of dialogue (such as Russian *Da* and *Net*); b) semantic presuppositions that are part of some speech acts (approval, surprise, permission, indignation, etc.); c) dominant linguistic and psychological attitudes in the production of the text; d) features that characterize the language personality. Combinations of agreement or disagreement with other meanings mask these intentions, and the recipient, in order to understand the text correctly, must restore the entire chain of propositions used by the speaker. It also describes the situation of neutralization of agreement and disagreement, due to either the complexity of the discursive conditions, or the

personal qualities of the speaker. The connection of these situations with the phenomena of hedging and empathy, which are tuning of interpersonal relations in the group, is noted. It is concluded that agreement and disagreement are complex, multi-level communicative categories.

Key words: agreement, disagreement, speech act, intention, communicative category, hedging, empathy.

For citation:

Norman, B.Ju. (2020), Agreement and disagreement in the light of the theory of speech acts. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 2, pp. 300-315. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).300-315. (in Russian)

About the author:

Norman, Boris Justinovich, Prof., ¹Professor of the Department of Theoretical and Slavonic Linguistics, ²Leading Researcher of the Department of fundamental and applied linguistics and text science

Corresponding author:

¹Postal address: 4, Nezavisimosti pr., Minsk, 220030, Belarus

²Postal address: 51, Lenina pr., Yekaterinburg, 620000, Russia

E-mail: boris.norman@gmail.com

Acknowledgments:

The study was supported by the UrSU Competitiveness Improvement Programme for 2013-2020 (Agreement number 02.A03.21.0006)

Received: January 14, 2020

Revised: January 24, 2020

Accepted: May 15, 2020

ПРОСОДИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ ЧТЕНИЯ И УСТНОГО НАРРАТИВА

Т.Е. Янко

Институт языкознания РАН (Москва, Россия)

Аннотация: Статья посвящена анализу дискурсивной незавершенности в звучащей речи. Показано, что основным средством указания на то, что текущее сообщение не завершает текста, служит просодия. Предварительный анализ говорит о том, что различные жанры и стили речи – спонтанная речь, подготовленная речь, дикторское и художественное чтение, – а также различные социальные категории говорящих используют указание на незавершенность в различной степени. Интенсивность указания на незавершенность может служить характеристикой стиля, жанра и самого говорящего. Молодые женщины даже в подготовленной речи охотно прибегают к указанию на то, что продолжение повествования следует, а профессиональные чтецы обоего пола указание на незавершенность фактически не используют. Предложено понятие индекса незавершенности, которое отражает частоту использования просодий незавершенности в тексте или в массиве текстов. Индекс незавершенности как инструмент анализа устной речи апробирован на пяти звучащих фрагментах, входящих в рабочий массив, специально разработанный для данного исследования. Демонстрационные тексты отражают следующие характеристики текста и говорящего: стиль, жанр, чтение vs. спонтанная речь, пол и возраст говорящего.

Ключевые слова: дискурс, просодия, незавершенность, чтение, звучащая речь, спонтанная речь, подготовленная речь.

Для цитирования:

Янко Т.Е. Просодические стратегии чтения и устного нарратива // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 2. С. 316–330. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).316-330.

Сведения об авторе:

Янко Татьяна Евгеньевна, доктор филологических наук, главный научный сотрудник

Контактная информация:

Почтовый адрес: 125009, Россия, Москва, Большой Кисловский пер., 1, стр. 1
E-mail: tanya_yanko@list.ru

Дата поступления статьи: 19.04.2020

Дата рецензирования: 25.04.2020

Дата принятия в печать: 15.05.2020

Дискурсивная незавершенность. Введение

Речевой акт по умолчанию мыслится как завершенный, а для указания на связь с последующими речевыми актами язык разрабатывает специальные средства. Если указание на контекст отсутствует, предложение понимается как автономное и законченное: на его связь с последующим контекстом ничего не указывает. Между тем большинство различных типов речевых актов могут содержать показатели незавершенности дискурса. Так, связный нарратив, состоящий из серии сообщений, из которых одно служит раскрытию того же сюжета, что и предыдущее, может нести показатель того, что текущее сообщение не конечное. Серия вопросов, например, на пресс конференции, где задающий вопросы понимает, что возможность задать дополнительный вопрос ему уже больше не представится, также может включать указания на то, что текущий вопрос не единственный и что говорящий намерен задать по крайней мере еще один вопрос. Обращение к слушателю (вокатив), за которым следует, сообщение, вопрос или просьба, а также императив, за которым следует другой императив или сообщение, также может нести значение незавершенного дискурса. Основные показатели незавершенного дискурса принадлежат звучащей речи и представляют собой различные типы восходящих просодий или незавершенных падений частоты тона, т. е. падений, не достигающих нижней частотной точки голоса конкретного говорящего.

Исходной точкой для этой работы послужило наблюдение, сделанное автором на научной конференции в Москве. Женская часть молодых докладчиков в ярких и темпераментных докладах использовала большее количество показателей незавершенного нарратива, чем это делали докладчики-мужчины и чем сами докладчицы в обстановке, которая не требует такого умственного и нервного напряжения, как при выступлении перед аудиторией. Это говорит о том, что указание на незавершенность, безусловно, факультативно, но, когда оно имеется, говорящий тем самым выражает надежду на то, что слушающий не ослабит своего внимания и дослушает изложение до конца. В каждый момент своего доклада докладчик, кроме изложения своей точки зрения по существу доклада, может дополнительно сообщать аудитории о том, что продолжение следует и что он ждет, что его выслушают.

Кроме факультативных указаний на незавершенность, звучащая речь содержит указания на незавершенность, которые обязательны. Так, произнося синтаксическую группу с сочинительным союзом (*просодия и грамматика, пришел и увидел*), говорящий вынужден первый сочиненный член снабдить восходящей просодией. Аналогично, большинство типов

сложных предложений при переходе от одного простого предложения к другому также содержат указание на незавершенность в обязательном порядке: *Если вместе, то идите; Пришел докладчик, и мы начали.*

Наша гипотеза состоит в том, что, если говорящий использует средства указания на незавершенность дискурса в дискурсивной ситуации, где без этого можно обойтись (примеры будут приведены ниже), это свидетельствует о более напряженном контакте между говорящим и аудиторией, чем в случае отказа от маркирования необязательных дискурсивных связей. Указание на незавершенность говорит о своего рода призыве говорящего к слушающему не ослаблять внимания и дослушать речь до конца. Соответственно, можно предположить, что актер, читающий вслух чужой текст, наоборот, не будет специально акцентировать внимания на проблеме присутствия слушающего. Актер читает чужой текст, его слушатель может быть далеко не только в пространстве, но и во времени, поэтому проблема незавершенности становится нерелевантной и текст «отчуждается» от того, кто его озвучивает. Чтец имеет возможность дистанцироваться от текста, в том числе, и просодически. Говорящий же перед зримой аудиторией, напротив, может с той или иной силой настойчивости (скорее всего, неосознанной) «присваивать» себе свой текст, в частности, через указание на то, что продолжение следует.

Это наблюдение ставит перед нами задачу сравнения эффекта незавершенности в различных стилях и жанрах речи, а также в среде говорящих различного пола, возраста и, возможно, говорящих, имеющих и другие социальные или психологические различия. Ниже мы надеемся предложить процедуру анализа удельного веса незавершенности в звучащей речи. В этой работе не ставится задача детального анализа различных жанров и стилей, наша цель – предложить процедуру оценки «уровня» незавершенности. Для начала мы обратимся только к незавершенности в сообщениях, или повествовательных предложениях. Речевые акты других типов мы оставляем в стороне, в частности, потому, что анализ того, какого типа незавершенность перед нами – вынужденная или факультативная – представляет собой отдельную задачу. Для сообщений ответ на этот вопрос представляется наиболее очевидным. Однако и в применении к сообщениям вопрос пока решается путем экспертной оценки автора, а не как результат специально разработанной процедуры.

Идеи и методы анализа дискурсивной незавершенности

В истории анализа показателей незавершенности в устной речи можно выделить следующие работы. На русском материале известны работы С.В. Кодзасова по т.н. «фазовой незавершенности», понятию, описывающему фазы (начальную и конечную точки) дискурса, как монологического и диалогического [Кодзасов 2002: 313]. В качестве средства выражения незавершенного дискурса С.В. Кодзасов выделяет просодию. Различ-

ного рода межфразовым явлениям – паузам, просодии, сегментным фонетическим явлениям – посвящены работы О.Ф. Кривновой (см., например: [Кривнова, Смирнова 2019]). В работе [Коротаев 2018] обсуждается проблема различия внутренней незавершенности, понимаемой как тема сообщения, и межфразовой дискурсивной незавершенности. Автор анализирует способы просодического варьирования подъемов и падений частоты основного тона внутри моно- и поликлаузальных сообщений.

Работа [Chun 2002: 63] специально посвящена просодической связности дискурса (transitional continuity), или просодии перехода от одного речевого акта к следующему речевому акту в терминах “финальный” vs. “нефинальный” речевой акт. В отдельном разделе работы [Edwards 2014: 19–30] обсуждаются различные виды межфразовых швов, которые включают просодические показатели, паузы, в том числе, неязыковые заполнители пауз, такие, как кашель, прочистка горла и смех. Автор предлагает алфавит для транскрипции соответствующих явлений и, в частности, просодических различий как собственно языковых явлений. Автор выдвигает понятие просодии перехода к следующему речевому акту (transitional continuity).

В нашей работе [Yanko 2017] обсуждаются различные стратегии указания на внутреннюю (в терминах тема vs. рема) и внешнюю (межфразовую) дискурсивную незавершенность на русском, немецком и английском материале.

Индекс незавершенности

Ниже вводится понятие индекса незавершенности текста / текстового массива. Индекс незавершенности представляет собой отношение количества дискурсивно незавершенных речевых актов к общему количеству речевых актов, имеющих в конкретном тексте просодический показатель завершенности (падение) или незавершенности (подъем). В расчет принимаются только необязательные показатели незавершенности, т. е. такие, которые в конкретном тексте, где они встретились, могли бы иметь и «завершенную» реализацию.

Для анализа просодий связного дискурса подготовлен рабочий массив общим звучанием около часа. Из рабочего массива в качестве иллюстративного материала ниже рассматриваются пять звучащих текстов: 1) художественное чтение коллективом актеров фрагмента из радиопьесы по мотивом произведений И. Бабеля, время звучания – 360 сек., 2) фрагмент доклада молодой докладчицы на молодежной научной конференции, время звучания – 227 сек., 3), фрагмент доклада пожилой участницы научной конференции, 190 сек., 4) рассказ мужчины о смешном случае из жизни (корпус звучащей речи «Рассказы о сновидениях и другие корпуса звучащей речи» ([SpokenCorpora 2020], см. детали в [Кибрик, Подлесская 2009]), 125 сек., 5) чтение коротких новостей диктором радио «Эхо Моск-

вы», 90 сек.. Тексты, взятые в качестве примеров, не служат достаточным материалом для анализа соответствующих стилей и жанров. Они использованы здесь, прежде всего, для экспликации предлагаемой процедуры анализа, а также в качестве иллюстраций соответствующего жанра. Между тем эти тексты подобраны таким образом, что частотность использования в них показателя просодической незавершенности, во-первых, по предварительным данным, соответствует частотности незавершенности в других текстах тех же жанров из рабочего массива, и, во-вторых, полученные цифры не противоречат нашей интуиции относительно использования показателей незавершенности в стилях речи.

Для просодической разметки текстов использована компьютерная система анализа звучащей речи Praat [Boersma, Weenink 2020].

Просодически размеченные тексты приводятся ниже целиком. В примерах используется следующая разметка. Словоформы – носители незавершенности приводятся в примерах разрядкой, носители завершенности – полужирным шрифтом. Показатели незавершенности в русском дискурсе достаточно разнообразны, как по просодическим характеристикам, так и по оттенкам значения, но здесь они даются без разделения на различные типы. Не ставится здесь и задача выбора словоформы – носителя незавершенности. Более детально об этих задачах говорится в [Yanko 2017].

Незавершенность в актерском чтении

Обратимся к примеру (1). Перед нами звучащий текст, озвученный (по очереди) несколькими актерами и чтецами. Это Лев Дуров, Эммануил Виторган, Кирилл Пирогов, Евгений Князев, Игорь Марычев, Андрей Данилюк и Галина Тюнина. В общей сложности фрагмент размеченного текста звучит 360 секунд. Чтение каждого из актеров в тексте ниже предвещает указание его имени.

(1) Лев Дуров. *Все уходит в **прошлое**. Мы с вами, молодой человек, тоже можем отойти туда, быстрее, чем вы **думаете**. Так что думайте, что делать и как **поступить**. Бенья знал, как **поступить**. Знал и Фроим Грач, гибель которого, так красноречиво описало ваше **перо**. Но ваше перо не описало гибели Бени **Короля**. А нужно ли описывать смерть? Что было, то **было**. Это дело **истории**. Пусть сама история нам **расскажет**.*

Кирилл Пирогов. *Главным прототипом Бени Крика был Моисей **Винницкий**, налетчик и член боевой организации эсеров, щедро дававший деньги на **революцию**.*

Евгений Князев. *Второго апреля тысяча девятьсот восьмого года он был осужден по политической статье окружным одесским судом, лишен всех прав и состояния и отправлен на каторжные работы в Сибирь на двенадцать **лет**.*

Галина Тюнина. *В семнадцатом году временное правительство объявило всеобщую **амнистию**. Мишка Япончик возвращается в Одессу и ско-*

лачивает **банду**. В городе идут бесконечные бои между самостийными гайдамаками и **белыми**.

Эммануил Виторган. Банда Япончика берет на Ближних Мельницах почтовое **отделение**. Следующий налет – на румынский игорный **клуб**. Бандиты одеваются в матросскую **форму**. На бандитах бескозырки с надписями «Ростислав» и «**Алмаз**». Они врываются в клуб и «именем революции» забирают сто тысяч из кассы и еще на двести тысяч у посетитель **заведения**.

Евгений Князев. Город постоянно переходит из рук в руки, властям не до **уголовников**. Япончик берет под свой контроль все одесские **окраины**.

Кирилл Пирогов. Он первым создает воровской общак и становится его **казначеем**. Деньги, полученные от налетов, он не прогуливает, как прежде, в кабаках, а вкладывает в дело.

Галина Тюнина. Он не прерывает своих старых контактов с **революционерами**. После налета на имущество Белой армии и французского экспедиционного корпуса люди Япончика находят убежище на рабочих большевистских окраинах, куда не решаются проникнуть русские офицеры и французские **оккупанты**. За это он снабжает оружием и деньгами красных подпольщиков и **партизан**. Малую часть награбленных денег Япончик раздает в рабочих кварталах, как одесский Робин **Гуд**.

Эммануил Виторган. В 1919 году разгромив арьергард добровольческой Белой армии, налетчики Япончика объявляют о победе в Одессе революционной власти и встречают части Красной **Армии**.

Евгений Князев. Япончик приходит в особый отдел Третьей Армии и предлагает организовать часть из одесских борцов за **свободу**, то бишь **бандитов**. Мишке Япончику разрешают сформировать 54-й имени Ленина советский стрелковый полк Третьей **армии**.

Галина Тюнина. Перед отправкой на фронт полк прошел парадным маршем по улицам Одессы. Мишке Япончику военком города вручил серебряное революционное **оружие**.

Эммануил Виторган. Налетчикам война не понравилась. Одно дело – грабить безоружных фраеров и стрелять из-за угла в офицеров, и совсем другое – сидеть в окопах под обстрелом трехдюймовок самостийного батальона **Петлюры**.

Андрей Данилюк. Бандиты бросили позиции, начали митинговать и угрожать **командованию**.

Игорь Марычев. «Уездвоенком М. **Синюков**. Одесскому окружному комиссару по военным **делам**. 4-го сего августа 1919 года я получил распоряжение со станции Помошная от командующего внутренним фронтом т. Кругляка задержать до особого распоряжения прибывающего с эшелонном командира 54-го стрелкового Советского Украинского полка Мишку **Японца**. Во исполнение поручения я тотчас же отправился на станцию

*Вознесенск с отрядом кавалеристов Воскресенского отдельного кавалерийского дивизиона, где распорядился расстановкой кавалеристов в указанных местах и стал ожидать прибытия эшелона. По прибытии Японца я объявил его арестованным и потребовал у него **оружие**, но он сдать оружие **отказался**, после чего я приказал отобрать оружие **силой**. В это время, когда было приступлено к обезоруживанию, Японец пытался бежать, оказал сопротивление, ввиду чего был убит, выстрелом из револьвера в голову, командиром **дивизиона**. Отряд Японца арестован и отправлен под конвоем на работу в огородную **организацию**. Уездвоенком М. Синюков».*

Лев Дуров. *Вот что говорит нам **история**. Так она нам и **говорит**. Там, где есть власть народных комиссаров, нет и не может быть **короля**. А что хорошего она может сказать? Только то, что эти огородные работы выглядят **так**. Копают одну большую яму, стреляют людей и **закапывают**. Хорошие баклажаны и помидоры вырастут в этой огородной **организации**.*

В примере (2) восходящий акцент незавершенности встречается только один раз. Этот фрагмент в тексте выделен рамочкой. Актриса Г. Тюнина в качестве перехода от предложения *Перед отправкой на фронт полк прошел парадным маршем по улицам Одессы* к предложению *Мишке Япончику военком города вручил серебряное революционное оружие* объединяет два предложения в единый дискурсивный фрагмент через подъем частоты тона на словоформе *Одессы*. Это единственное исключение, которое было сделано для дискурсивной незавершенности в этом образце профессионального актерского чтения. Остальные предложения в примере (1) все семь актеров реализуют как законченные и автономные. Таким образом, в этом отрывке индекс незавершенности очень низок: 2 %.

Незавершенность подготовленной речи. Доклад молодой женщины

По контрасту с примером (1) фрагмент (2) из эмоционального доклада молодой участницы научной конференции выглядит как красноречивый образец расширенного применения незавершенности. На 33 релевантных движения тона на стыке речевых актов приходится 24 показателя незавершенности. Текст говорит о том, что выступление хорошо подготовлено, продумано, докладчица говорит гладко, но не «по бумажке», хотя и время от времени заглядывает в hand-out. Между тем индекс незавершенности в данном образце самый высокий из рассмотренных здесь пяти образцов: 73 %. Заметим также, что коллеги докладчицы того же возраста обнаружили аналогичную склонность к постоянному указанию на незавершенность текста и мысли. Эти доклады также записаны и ожидают анализа. В них говорящие, как и докладчица в рассмотренном здесь примере, неуклонно используют т.н. «интонацию запятой».

(2) Много опубликовано текстов японского исследователя **Кадза-мы**. И язык в не очень благополучной социолингвистической ситуации, по **моим** оценкам, я была только в Богородском и в Булаве – а в других селах не была – по моим оценкам – это человек пятьдесят. По оценкам переписи 2010 года, которая довольно сильно все завывает, но это все-таки **2010 год**, а там все происходит быстро – там 154 человека. И если считать техническую гру нрзб, то это нрзб **процент**. Носители – это старшее поколение, и в быту язык используют действительно ограниченно. Все владеют русским, и на русском говорят в **основном**. Ну, тут на первой странице я привожу данные социо ... даже не социолингвистического, а просто исторического характера, свидетельствующие о том, когда начались и как протекали контакты с русскими в целом в этом регионе и, соответственно, с русским языком. Для Хабаровского края этот контакт можно считать достаточно давним, хотя это всего середина девятнадцатого века, ну вот куда-то русский проникал на самом деле и позже, а тут и русские появились рано именно там, где жили ул'чи и советская власть пришла потрясающе рано и как-то очень **безболезненно**..... На самом деле это был такой довольно мирный, насколько я себе пока представляю, довольно мирный контакт, ну, и сейчас, наверное, можно говорить о такой довольно продвинутой стадии языкового сдвига, и э я собственно социолингвистикой скорее не занималась, а старалась заниматься грамматикой ... но когда занимаешься грамматикой такого уже вымирающего уже языка, все равно оказывается, что без социолингвистики, хотя бы без какого-то социолингвистического контекста не обойтись, и то, что мы сейчас видим и записываем, это уже не такой вот язык, как мы его реконструируем до языкового сдвига, а какие-то вот наблюдаемые от него отклонения, и их надо **учитывать**. И на это я посмотрю с точки зрения одного совсем маленького сюжета, а именно того, как устроено выражение будущего времени в ул'чском языке и о том, можно ли на этом материале говорить о каких-то рефлексах вот собственно лингвистической ситуации языкового сдвига вот собственно в грамматике или, скорее, язык выходит из употребления в первоизданном виде, не успеет **измениться**. Что касается футуральных показателей, есть две формы, претендующие на статус специализированных показателей будущего времени, и очень широко используется в форме будущего времени форма презенса, на самом деле, две формы презенса, ну одна **основная**.

Доклад пожилой женщины

В примере (3) представлен фрагмент доклада пожилой участницы научной конференции. Докладчица также говорит без «бумажки». Доклад подготовлен, и говорящая видит перед собой только тезисы своего сообщения на экране компьютера. В этой речи говорящая чаще, чем автор примера (2), склонна использовать падение частоты, или «интонацию

точки». В примере (3) на 19 релевантных для анализа просодических межфразовых связей приходится 8 подъемов незавершенности, т. е. меньше половины, индекс незавершенности фрагмента – 42 %.

(3) *Я хотела рассмотреть один из случаев взаимодействия лексических, видовременных и прагматических значений. Значения единиц различных уровней я надеюсь проанализировать с целью объяснения уникальных коммуникативных особенностей наречия ДАВНО. Ну вот ЮД давно уже обратил внимание на существование у лексических единиц уникальных коммуникативных и просодических свойств и во многих своих работах к этому сюжету обращался. Коммуникативные и просодические параметры фигурируют как условия применения правил, которые моделируют взаимодействие значений. Какой я вывод хотела бы сделать из вот такой постановки вопроса? Действительно, я вот сейчас расскажу небольшую предысторию по поводу анализу наречия ДАВНО, начиная с Апресяна и Падучевой, впоследствии у меня возникли и какие-то собственные соображения в связи с этим вопросом. И я хочу сказать, почему я через двадцать лет вернулась к этой проблеме. Дело в том, что, когда двадцать лет назад мы обращались к анализу коммуникативных и просодических свойств, речь шла о либо придуманных, либо о небольшом количестве литературных примеров, которые тогда находились. А сейчас, хоть я порой и говорю, что я не верю корпусам, на самом деле, когда обращаешься к корпусному исследованию, оказывается, что возникает очень много интересных добавлений. И, если и не приходится менять теорию, то, как говорил Зализняк, приходится теорию расширить. Значит, что мы сейчас можем сделать? Мы можем обратиться к звучащему корпусу и посмотреть, а действительно ли ДАВНО – это рематическое слово и у него всегда – с определенными оговорками о которых я скажу ниже – и оно всегда будет играть будет играть роль ремы, во всяком случае оно будет антитематично, потому что оно играет либо роль ремы, либо компонента ремы, но не собственно ремы, т. е. всегда ли у ДАВНО будет специфический рематический нисходящий акцент. Т. е. сейчас обращаемся к корпусу и смотрим, а что там на самом деле происходит. И сейчас это можно сделать, потому что в качестве маркера коммуникативной роли слова в предложении я использую интонацию. И, соответственно, интонация может служить средством доступа к коммуникативной структуре. Вот я хочу сегодня как раз на этом сыграть.*

Случай из жизни. Речь мужчины

Пример (4), говорящий – мужчина средних лет, принадлежит жанру «случай из жизни». Перед нами образец неподготовленной спонтанной речи: говорящий иногда поправляет себя, уточняет сказанное, хотя нельзя исключать, что говорящий рассказывает об этом случае уже не в первый раз. На 37 межфразовых швов в этой речи приходится 16 указаний на не-

завершенность, т. е. индекс незавершенности данного образца – 43 %. Таким образом, спонтанная речь мужчины по индексу незавершенности в данном случае близка подготовленной речи пожилой женщины.

(4) *История эта связана с биотуалетом «Tetford». Голландская фирма такая есть. Такой компактный переносной биотуалет, который я купил несколько лет назад для дачи. Проблема в том, что спустя несколько лет – на самом деле устройство очень простое. Два пластмассовых бачка и насосик для подачи смывной жидкости. Но вот спустя несколько лет вдруг вышел из строя вот этот насосик, для подачи жидкости. Ну, я решил попытаться его отремонтировать в сервис-центре. В фирменном. Tetforda. Зашел в интернет, не нашел сервиса. Центров. Нашел только торгующие организации. Масса. Которые продают по России эти биотуалеты. Решил позвонить в одну из них, говорю: а где есть сервис-центр, где можно было бы отремонтировать? Ну после некоторой паузы раздумий мне сказали: вы откройте, вы посмотрите ваш гарантийный талон, там должно быть указано. Я говорю: а вы не можете сказать? Они говорят, нет, мы не можем сказать. Мы не обладаем такой информацией, мы торгуем. Ну, я после долгих усилий все-таки нашел этот гарантийный талон, очень красочно оформлен, целый буклет, где написано, что обязательно сохраните его, потому что это очень важный документ. И к нему еще прилагается так называемая сервисная книжка. Тоже. Еще более красочный, толстый буклет. В котором подробный нарисован атлас мира, каждая часть Европы, Англия, Франция, Швейцария и так далее. Изображена, и на ней точками отмечены сервис-центры. Ну, самое интересное, то, что, действительно, в Англии порядка семидесяти этих сервис-центров, во Франции – порядка шестидесяти трех, и так далее. Но России в этом списке не оказалось.*

Дикторская речь. Краткие новости на «Эхе Москвы»

Результаты анализа примера (5) из короткой сводки новостей (и других сводок) на радио «Эхо Москвы» оказались для нас достаточно неожиданными, так как четверть межфразовых швов имела в этом случае незавершенную реализацию, что, как мы первоначально предполагали, нехарактерно для чтения, тем более для информационной программы, которая ставит своей целью объективное освещение событий. Между тем диктор, мужчина, в полутораминутных новостях четыре раза использовал показатель незавершенности. Так, на стыке сообщений Совет Европы обвинил Россию в ограничении свободы прессы под предлогом борьбы с эпидемией и Об этом пишет сайт «Открытые медиа» использован подъем тона. Акцентоноситель – словоформа эпидемией. Наше объяснение этого явления состоит в том, что дикторы допускают показатели незавершенности в официальных сообщениях для придания радиодискурсу разговорного тона. Возможно также, присутствие подъемов как признака

менее официального дискурса объясняется скоростью чтения: за полторы минуты диктору удается прочесть достаточно длинный текст. Дикторы не злоупотребляют подъемами, но в их чтении подъемы все-таки присутствуют, и их больше, чем в художественном чтении. Этот вопрос требует дополнительных исследований.

(5) *Мосгорсуд оставил без движения первый иск к мэрии в связи с режимом **изоляции**. В пресс-службе суда Интерфаксу рассказали, что это связано с нарушением при подаче **документов**. Уточняется, что в тот же день истец подал новый **иск**. В нем он просит признать незаконным положение указа столичного мэра, разрешающее москвичам выходить из дома только в крайних **случаях**. На данный момент известно уже о нескольких подобных исках, в том числе, одном коллективном. В жалобах говорится, что действия региональных властей противоречат **Конституции**.*

*Букмекерская контора «Фонбет» оказалась в списке системообразующих предприятий **России**. В новом перечне, утвержденном правительственной комиссией, почти 650 компаний, которые в кризисное время могут претендовать на господдержку – льготные кредиты, инвестиции и рефинансирование **долгов**. Источник Русской службы Би-би-си на рынке букмекерских компаний предположил, что «Фонбет» попала в список как крупный работодатель с самой обширной сетью пунктов приема ставок в **стране**. Впервые перечень появился во время кризиса 2008 года, когда государству пришлось задуматься о спасении крупных **компаний**.*

*Совет Европы обвинил Россию в ограничении свободы прессы под предлогом борьбы с **эпидемией**. Об этом пишет сайт «Открытые медиа» со ссылкой на заявление комиссара по правам человека Дуньи Миятович. По ее мнению, то же самое происходит в Венгрии, Армении, Чехии и ряде **других** стран. Там приняты указы и законы, мешающие работе **журналистов**. На днях президент Владимир Путин подписал закон об уголовной ответственности за распространение ложной информации касающейся, в том числе, **эпидемии**. Кроме того, в России введены штрафы до 5 миллионов рублей для СМИ за фейки о **коронавирусе**.*

Заключение

Применение индекса незавершенности при анализе рассмотренных здесь образцов устной речи иллюстрирует таблица. Анализ примеров как представителей соответствующего стиля и жанра носит предварительный характер. Для полноценного анализа требуется анализ представительных подборок текстов, имеющих релевантные признаки. В таблице выделены следующие признаки, которые мы определяем как чувствительные к количеству указаний на незавершенность на стыках речевых актов: пол говорящего, возраст говорящего и жанр в терминах чтение / подготовленная речь / спонтанная речь.

Индекс незавершенности демонстрационных текстов

| № примера | Стиль / жанр речи | Возраст говорящего | Пол | Время звучания, сек. | Количество подъемов | Количество падений | Сумма подъемов и падений | Индекс незавершенности |
|-----------|-----------------------|--------------------|-------------------------------|----------------------|---------------------|--------------------|--------------------------|------------------------|
| 1 | Чтение | молодые и пожилые | шестеро мужчин и одна женщина | 360 | 1 | 50 | 51 | 2 % |
| 2 | Подготовленная речь | молодой | женщина | 227 | 24 | 9 | 33 | 73 % |
| 3 | Подготовленная речь | пожилой | женщина | 190 | 8 | 11 | 19 | 42 % |
| 4 | Неподготовленная речь | молодой | мужчина | 125 | 16 | 21 | 37 | 43 % |
| 5 | Чтение | молодой | мужчина | 90 | 4 | 12 | 16 | 25 % |

Итак, в работе вводится понятие индекса незавершенности, который должен служить инструментом для анализа качества межфразовых швов. Индекс незавершенности – это отношение количества речевых актов, просодически оформленных говорящим как незавершенные элементы дискурса, к общему количеству речевых актов, которые говорящий сформировал как завершенные или незавершенные. Поскольку в речи имеются речевые акты, которые необходимо оформляются как незавершенные, например, в составе сочиненных конструкций и некоторых типов сложных предложений, в числителе индекса незавершенности фигурирует количество только тех незавершенных речевых актов, в оформлении которых говорящий имел выбор между завершенностью и незавершенностью, или количество необязательных незавершенностей. Приводятся примеры вычисления индекса незавершенности, которые одновременно иллюстрируют различия в типах текстов. По предварительным данным для формирования дискурсивной незавершенности релевантны пол и возраст говорящего и жанр речи.

Список литературы

- Кодзасов С.В. Фазовая символика тона // Логический анализ языка. Семантика начала и конца / под ред. Н.Д. Арутюнова. М., 2002. Т. 21. С. 309–320.
- Коротаев Н.А. Интонационная структура устного рассказа в контексте незавершенности // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: по материалам ежегодной Междунар. конф. «Диалог 2018». Вып. 17 (24), М.: Издательство РГГУ, 2018. С. 337–350.

- Кривнова О.Ф., Смирнова О.С.* Интроспективная просодическая разметка письменного текста и его реальное озвучивание (сравнительный анализ на материале коллекции текстов Р.И. Аванесова) // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: по материалам ежегодной Междунар. конф. «Диалог 2019». Вып. 18. М.: Издательство РГТУ, 2019. С. 295–309.
- Рассказы о сновидениях: Корпусное исследование устного русского дискурса: монография / под ред. А.А. Кибрик, В.И. Подлесская. М.: Языки славянских культур, 2009. 733 с.
- Boersma P., Weenink D.* (2020) Praat: Doing phonetics by computer. Version 6.1.12. Online. URL: <http://www.praat.org/> (accessed date: 15.04.2020).
- Chun D.M.* Discourse Intonation in L2: from Theory and Research to Practice // Language Learning and Language Teaching, V. 1. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2002. 285 p.
- Edwards J.A.* Principles and Contrasting Systems of Discourse Transcription // Talking data: NY 2014. P. 8–33.
- Spokencorpora (2020). Prosodically Annotated Corpus of Spoken Russian. Online. URL: <http://spokencorpora.ru> (accessed date 15 April 2020).
- Yanko T.E.* Word Order and Accent Placement in Topics, Foci, and Markers of Discourse Continuity // Oslo Studies in Language. Comparative Slavic Syntax and Semantics. Vol. 9. No. 1. 2017. P. 45–57.

References

- Boersma, P., Weenink, D. (2020) Praat: Doing phonetics by computer. Version 6.1.12. Online: <http://www.praat.org/>, 2020 (accessed date: 15 April 2020).
- Chun, D.M. (2002) Discourse Intonation in L2: from Theory and Research to Practice. Language Learning and Language Teaching, Vol. 1. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. 285 p.
- Edwards, J.A. (2014) Principles and Contrasting Systems of Discourse Transcription. Talking data: NY 2014, pp. 8-33.
- Kibrik, A.A., Podlesskaja, V.I. Rasskazy o snovidenijah: Korpusnoe issledovanie ustnogo russkogo diskursa [Nightdream stories: A corpus-based study of spoken Russian discourse], A.A. Kibrik, V.I. Podlesskaja (eds). Moscow, Jazyki slavjanskikh kul'tur publ., 2009. 736 p.
- Kodzasov, S.V. Fazovaja simbolika tona [Phase symbolism of tune]. N.D.Arutjunova (ed.) Logičeskij analiz jazyka. Semantika nachala i konca [Logical analysis of language. Semantics of the beginning and the end], Moscow, 2002, pp. 309-320.
- Korotaev, N.A. Intonacionnaja struktura ustnogo rasskaza v kontekste nezavershennosti [Intonation structure of sound narrative in the context of incompleteness]. Komp'juternaja lingvistika i intelektual'nye tehnologii. Po materialam ezhegodnoj Mezhdunarodnoj konferencii Dialog 2018 [Computational linguistics and intellectual technologies/ International Conference “Dialogue 2018”. Proceedings]. Vol. 17 (24), Moscow, RSUH publ., 201, pp. 337-350.
- Krivnova, O.F., Smirnova, O.S. Introspektivnaja prosodičeskaja razmetka pis'mennogo teksta i ego real'noe ozvuchivanie (sravnitel'nyj analiz na materiale kollekcii tek-

stov R.I. Avanesova) [Introspective prosodic annotation of written text and its actual sounding (a comparative analysis on the collection of R.I. Avanesov)]. *Komp'juternaja lingvistika i intellektual'nye tehnologii. Po materialam ezhegodnoj Mezhdunarodnoj konferencii Dialog 2018* [Computational linguistics and intellectual technologies/ International Conference “Dialogue 2018”. Proceedings], Vol. 17 (24), Moscow, RSUH publ., 2018, pp. 295-309.

Spokencorpora (2020). Prosodically Annotated Corpus of Spoken Russian. Available at: <http://spokencorpora.ru> (accessed date: 15 April 2020)

Yanko T.E. (2017) Word Order and Accent Placement in Topics, Foci, and Markers of Discourse Continuity. *Oslo Studies in Language. Comparative Slavic Syntax and Semantics*. Vol. 9, No. 1, 2017, pp. 45-57.

PROSODIAC STRATEGIES OF READING AND ORAL NARRATIVE

T.E. Yanko

Institute of linguistics of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

Abstract: This paper is aimed at the analysis of discourse incompleteness in sound speech. The main means of indicating that the current statement is not final is prosody. The preliminary analysis shows that various genres and styles of spoken speech – spontaneous speech, prepared speech, artistic reading, and radio newscasters’ reading – as well as various social categories of speakers use the prosody of incompleteness to different extent. The rate of demonstrating incompleteness in a text can serve as a parameter of genre, style, or a speaker him/herself. Young women even in prepared speech (for instance, in a scientific paper at a conference) are very eager in showing that the continuation of the speech is in its process, whereas professional readers of both genders practically do not employ the indices of incompleteness. In this paper, a notion of incompleteness factor has been put forward. It mirrors the frequency of incompleteness instances in a text, or in a working corpus of texts. Incompleteness factor as an instrument of sound speech analysis is tested on five fragments taken from a working corpus specifically set up for this investigation. The fragments exemplify the following parameters of texts and speakers: style, genre, gender, and age of a speaker. The analysis shows that sound speech of young females has a higher incompleteness factor than the one of males, or older females. At the same time, the radio newscasters reading has a higher incompleteness factor than the artistic reading.

Key words: discourse, prosody, incompleteness, reading, sound speech, spontaneous speech, prepared speech.

For citation:

Yanko, T.E. (2020), Prosodiatic strategies of reading and oral narrative. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 2, pp. 316-330. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).316-330. (in Russian)

About the author:

Yanko, Tatiana Evgenyevna, Prof., lead research fellow

Corresponding author:

Postal address: 1/1, Bol'shoj Kislovskij per., Moscow, 125009, Russia

E-mail: tanya_yanko@list.ru

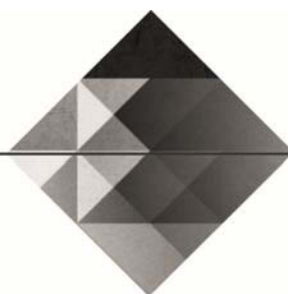
Received: April 19, 2020

Revised: April 25, 2020

Accepted: May 15, 2020

Раздел II

**КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ
В ДИСКУРСАХ МЕДИА,
РЕКЛАМЫ И PR**





Part II

**COMMUNICATIVE STRATEGIES
IN MEDIA, ADVERTISING
AND PR DISCOURSES**

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ*

Л.А. Брусенская¹, Э.Г. Куликова²

^{1,2} Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
(Ростов-на-Дону, Россия)

Аннотация: В последние десятилетия актуальным стало понимание языка как маркетинговой структуры, а углубление процессов научного экспансизма привело к появлению такой новой междисциплинарной области знания, как маркетинговая лингвистика. Лингвистика маркетинга фиксирует внимание на особом статусе языка как не только коммуникативной системы, но и лингвоэкономического феномена, функционирование которого может обеспечивать эффективность и динамичность макро- и микроэкономических процессов, в первую очередь, связанных с продвижением тех или иных товаров в определенных сегментах рынка. Однако маркетинговую лингвистику должно интересовать совмещение маркетинговой деятельности с шагами, приводящими к окультуриванию коммуникативного пространства в целом. Существующее противоречие между собственно экономическими и лингвоэкономическими феноменами, к которым закономерно относятся маркетинг и его объективно детерминированная цель и язык как совокупность прагматически ориентированных и коммуникативно обусловленных единиц, а также способов использования таких единиц, как представляется, должно учитывать этические нормы и лингвопрагматическую специфику языковых единиц, используемых в рекламном дискурсе. Таким образом, лингвопрагматические параметры маркетинговых коммуникаций представляют собой совокупность характеристик, определяющих специфику дискурса / текста, и включают, помимо традиционно выделяемых, параметры иерархичности коммуникантов, лингвокультурной обусловленности и прогнозируемой лакунарности при трансляции текстов и их встраиваний в другие лингвокультуры. Лингвопрагматическая параметризация маркетинговых коммуникаций предполагает существенно расширенную трактовку одного из традиционных – ортологического параметра: включение в состав обязательных норм такой их разновидности, как этико-лингвистические, а также динамичность и лингвокультурную специфичность такого рода норм.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, маркетинговая лингвистика, рекламный дискурс, лингвопрагматика, лингвокультура, лакулярность.

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-012-0016.

Для цитирования:

Брусенская Л.А., Куликова Э.Г. Лингвопрагматические параметры маркетинговых коммуникаций // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 2. С. 333–350. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).333-350.

Сведения об авторах:

¹ **Брусенская Людмила Александровна**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка и культуры речи

² **Куликова Элла Германовна**, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой русского языка и культуры речи

Контактная информация:

^{1,2} Почтовый адрес: 344002, Россия, Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 69

¹ E-mail: brusenskaya_l@mail.ru

² E-mail: kulikova_ella21@mail.ru

Дата поступления статьи: 30.03.2020

Дата рецензирования: 24.04.2020

Дата принятия в печать: 15.05.2020

Введение

Классические маркетинговые коммуникации представлены следующими средствами: реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (PR), прямой маркетинг, причем реклама занимает особое место в системе маркетинговых коммуникаций (однако она наиболее эффективна именно в комплексе маркетинга). Маркетинговые коммуникации производны от массовых коммуникаций и сохраняют общие с ними прагматические функции, главнейшая из которых – суггестивная.

Механизм вербальной трансляции маркетинговых смыслов, язык маркетинговых кодов, вообще маркетинговая информационно-коммуникативная деятельность только в последние годы стала интересовать отечественную науку. Формирование новой, нетрадиционной для собственно лингвистики и маркетинга проблематики в очередной раз подтверждает предвидение о том, что конфигурация наук в XXI в. претерпит значительные изменения [Иванов 2004]. Очевидно, что в современном гуманитарном знании сформировалась тенденция интеграции исследовательских подходов, при этом потенциал приращения научного знания тем выше, чем значительнее дистантность тех или иных предметных областей. На стыках и пересечениях областей лингвистических и экономических исследований могут быть успешно решены многие актуальные проблемы. Вообще отказ от современного междисциплинарного подхода может оборачиваться несостоявшимися сделками, не произведёнными товарами, потерянными средствами и т. п. Поскольку маркетинговый образ товара /

услуги создается социально-культурными смыслами, заложенными в семантике языковых знаков, закономерно возникла идея применения филологических методов к решению вопросов в области маркетинга. В научных публикациях последнего десятилетия появились разработки по маркетинговой лингвистике (см. работы Е.Г. Борисовой, К.И. Белоусовой, Н.А. Зелянской, О.Н. Кушнир, Н. Ханиной, О.Е. Яковлевой), в 2019 г. вышла первая коллективная монография «Маркетинговая лингвистика: закономерности продвигающего текста» под ред. Е.Г. Борисовой и Л.Г. Викуловой [Маркетинговая лингвистика 2019]. Целью статьи является уточнение лингвопрагматических параметров маркетинговых коммуникаций в целом и рекламы в частности.

Методы исследования

Для анализа маркетинговой коммуникации актуальны традиционные социолингвистические методы, в том числе выявление существующих корреляций социальных и лингвистических явлений, лингвопрагматический анализ широкого «контекста ситуации» и интегративное рассмотрение экстралингвистических, психолингвистических и когнитивных факторов.

Обсуждение

Маркетинговая лингвистика и отечественная реклама

Одна из важнейших научных проблем сегодня состоит в необходимости исследования современного русского языка в виде маркетинговой структуры. Весь спектр взаимопроникновения семиотики, языкознания и маркетинга должен стать объектом новой междисциплинарной области знания – маркетинговой лингвистики. На материале русского языка специфика таких вербализованных форм репрезентации экономической ментальности в условиях взаимодействия субъектов рынка товаров и услуг исследована совершенно недостаточно, в то время как необходимость оформления нового лингвистического направления, кумуляции разрозненных усилий в этом направлении очевидны. Существующие маркетинговые практики воздействия на потребителя с целью активизации покупательского спроса и его реализации детерминируются повышенной значимостью экономики, а следовательно, и соответствующего типа отношений (торгово-экономических) в современном обществе. Экстенсивное увеличение потока маркетинговой информации требует совершенствования ее качественного уровня, что предполагает участие лингвистов. В этом смысле показательное бурное развитие рекламной лингвистики, которая видится как составляющая маркетинговой лингвистики, но которая отнюдь не исчерпывает последнюю. «Развитие маркетинга привело к тому, что организация сбыта как его первичная функция уступила место организации коммуникации между предприятием и клиентом, когда приори-

тетную роль играет не предмет обмена с набором объективных товарных характеристик, а взаимоотношение сторон, представляющее собой социально-коммуникационный процесс» [Кириллина 2014: 3].

Маркетинговый дискурс представляет собой специфический коммуникативный процесс, который характеризуется облигаторной двусторонней интенциональностью, так как опирается на собственно коммуникативные, лингвопрагматические и базовые для данного типа дискурса экономические намерения всех участников коммуникации (адресанта и адресата – коллективного или индивидуализированного). При этом необходимо учитывать как собственно лингвистические, так и социолингвистические, а также социокультурные интенции коммуникантов. В качестве таких параметров маркетингового дискурса выступают социальная мотивированность, актуализация отношений партнерства, интерактивность взаимодействия коммуникантов. На сегодняшний день можно говорить о сформировавшейся концепции маркетинговой лингвистики, которая стала результатом взаимодействия маркетинга – развивающейся динамической системы экономики, юридической лингвистики, перлокутивной лингвистики и традиционного языкознания. Маркетинговые коммуникации приобретают сегодня все большую значимость для создания современной информационной среды, активно влияют на формирование потребительских мотиваций и, в конечном счете, – на всю систему ценностей современного человека. Когнитивно-информационный коммуникативный процесс в маркетинге, включающий разноаспектные направления, опирается на многообразие функций языка. Маркетинговая коммуникация (и, прежде всего, реклама становится не экономическим, а социокультурным явлением и, более того, рассматривается как феномен культуры, а значит, требует детального изучения в рамках междисциплинарной науки – маркетинговой лингвистики.

Маркетинг, являясь особой формой коммуникации, обеспечивает адекватность вторичного кодирования и декодирования информации о характеристиках объектов экономических отношений и процессе их рекламирования с учетом потребностей адресата, осуществляет эту свою задачу с опорой на лингвистические и паралингвистические средства. Таким образом, можно говорить о формировании некоего «языка потребностей адресата». Ясно, что необходим детальный анализ сложившегося сегодня маркетингового коммуникативного пространства, сбережения оптимальных механизмов взаимодействия между производителями и потребителями, а также корректировки этого взаимодействия исходя из интересов потребителей и общества в целом.

Интенции адресанта подобных текстов предполагают обязательную реализацию номинирования и декларирования характеристик товаров и услуг, но и имплицитно или эксплицитно выраженные намерения убедить реципиента в истинности предлагаемой информации и, следовательно, в

необходимости совершить определенные действия. Все это содержание должно быть структурировано в форме текста и вербализовано на основе единого кода. Актуальность вопросов, связанных с эффективностью восприятия, понимания, переработки информации, ее дальнейшего использования, обусловлена серьезным социальным заказом общества.

В трудах Н.Д. Голева последовательно обоснованы необходимость рассмотрения новой предметной области и особой дисциплины – лингво-маркетологии, а также определены предмет и объект этой дисциплины. В рамках этой концепции язык рассматривается как бинарный объект, который, с одной стороны, представляет средства характеристики товаров и услуг, а с другой стороны, выступает как собственно товар в системе экономических отношений. В обеих ипостасях язык функционирует в рекламном дискурсе. Использование языка как товара и инструмента реализации товарно-денежных отношений позволяет говорить о «коммерциализации языка». Введение такого термина опирается на сложившуюся в гуманитарном знании традицию (см., например, термины ‘сакрализации языка’, ‘юридизации языка’ в других) предметных областях. Различные коммуникативные феномены (товарные знаки, бренды и др.) с точки зрения лингво-маркетологии обладают способностью участвовать в формировании стоимости различных товаров и услуг, увеличении доходной составляющей от их продажи/оказания, а также рассматриваются в системе правовых отношений (см.: [Голев, Яковлева 2010]).

Одной из важных работ, открывающих новые перспективы лингво-маркетологии, можно считать кандидатскую диссертацию Н.В. Бочарниковой «Перевод названий текстов масскульта как инструмент лингвистического маркетинга» [Бочарникова 2014]. Автор предлагает рассматривать особый тип онимов – наименование текстов в массовой культуре в качестве особого вида номинаций, обладающих ярко выраженной спецификой с точки зрения лингвистической маркетологии. Такое свойство лингвистической единицы актуализируется при создании вторичных текстов за счет использования, в частности, переводческих трансформаций. Тип трансформации определяется не столько и не только спецификой системы языка реципиента, но значимостью маркетологических практик, выбором лингвопрагматически значимых единиц для актуализации именно маркетологической составляющей семантики лингвистической единицы, занимающей сильную текстовую позицию – заголовка. Лингвистический маркетинг определяет выбор наименования всего текста, так как призван повысить степень доходности продаж текста произведения как товара. Как правило, характеристики, обусловленные лингвистическим маркетингом, существенно актуализируются в процессе межкультурной коммуникации.

Хотя трудно указать более исследованную категорию текста, чем заголовок, такие текстовые единицы (идеонимы) в качестве результата

реализации маркетинговых стратегий практически не изучались. Если заглавие всегда выступает как маркер текста, обеспечивает его успешность как товара, то естественно, что и другие фрагменты текстов массовой культуры соответствуют рамкам, определяемым коммерческими законами. Их изучение в этом аспекте – одна из задач маркетинговой лингвистики, которая пока еще не только не решена, но и не поставлена. Собственно о маркетинговой лингвистике и семиотике маркетинга впервые было заявлено не ранее 2010 г., и естественно, что этот новый формат лингвистического знания нуждается в обосновании своего предмета, в формировании понятийного аппарата, в вычленении проблемного поля и затем – в институализации (как междисциплинарной научной дисциплины).

Новая маркетинговая парадигма появилась в связи с перенасыщением рынка товарами и услугами. Характерно, что товарные знаки и бренды в современных условиях перемещаются с коммуникативной периферии в центр. Поскольку экономика представляет собой особую сферу использования различных лингвистических единиц и коммуникативных феноменов, отражающих многозначность и вариативность восприятия культурных ценностей, закономерен поиск точек пересечения экономической науки и языковедения. Соотнесенность языка и экономики многоаспектна. Как известно, сегодня коммерческая информация практически неотделима от медийной и выполняет сходные социальные функции в условиях коммерциализации общественных отношений между людьми. Маркетинг нацелен отнюдь не только на экономические задачи: его социально-психологическое воздействие на социум трудно переоценить. Изучение коммерчески детерминированных языковых знаков еще в самом начале пути, как в начале пути и формирование особого маркетингового мышления. Возрастание значимости экономических отношений, формирование новых сегментов рынка, практически постоянное перераспределение сфер реализации товаров и услуг требуют стабилизации такого феномена, как маркетинговое мышление, что позволило бы систематизировать и структурировать знание и представление о соответствующей предметной области и ее объективации. Эти процессы во многом обусловлены особым способом организации знаний об экономических, рыночных отношениях – параметром сценарности. Формирование и стабилизация маркетингового мышления должны привести к повышению эффективности коммерческих результатов.

Как известно, особый вид маркетинговой коммуникации представляет собой реклама, востребованность которой за последнее время существенно возросла.

Естественно, реклама функционировала в определенных формах и в советское время. Еще В. Маяковский рекламировал газеты и журналы («Только подписчики «Красного перца» смеются от всего сердца»), карандаши и обои, часы и ковры, квас и ветчину. Его реклама игр для малышей

и сегодня звучит актуально (только игры уже не те): *От игр от этих / Стихают дети. / Без этих игр / Ребенок – тигр.*

В трудах по рекламистике советского периода подчеркивалось, что реклама должна не только формировать вкусы людей, но воспитывать людей в духе коммунистической морали, в числе отличительных черт рекламы назывались глубокая идейность, содержательность, правдивость, конкретность, целенаправленность, плановость (тесно связанная с плановым хозяйством, она сама является плановой). Советская реклама не может пользоваться «недозволенными приемами» [Кохтев, Розенталь, 1978: 4–5], она должна отмечать лишь реально существующие качества продукта, а всякого рода домыслы недопустимы. Поэтому, считают указанные авторы [Кохтев, Розенталь, 1978: 51], нельзя признать удачными такие рекламные «открытия»:

Быть здоровым, бодрым, стройным / Хочет каждый человек. /И ему поможет в этом/ Рыба – серебристый хек.

«Эта реклама, – пишут цитируемые авторы, – долго красовалась на одной из столичных улиц. Непонятно правда, как это хек делает человека стройным и, главное, бодрым? И почему из всех рыб именно хек?» [Кохтев, Розенталь 1978: 51]. Но такие же претензии можно предъявить и классике жанра (почему смеются от всего сердца только подписчики «Красного перца»?) и практически к любому рекламному тексту. Как бы то ни было, у рекламы советского времени не отнять таких ее качеств, как достоверность и правдивость. И очевидно, что именно правдивость рекламы советского времени обусловила в перестроечные и постперестроечные годы феномен Лени Голубкова и вообще успех финансовых пирамид 90-х гг. XX в.

Сегодня существуют самые разные направления в изучении рекламной коммуникации: 1) системно-структурное (анализируются вопросы структурной и содержательной организации рекламных текстов), 2) лингвопрагматическое (изучается природа перлокутивного эффекта рекламных текстов и средства его формирования), их специфические языковые и неязыковые единицы), 3) культурологическое (реклама анализируется как форма масс-культы); 4) социологическое (предметом анализа становятся возможности воздействия рекламы на различные стороны жизни социума); 5) психологическое (выявляются психологические закономерности восприятия рекламных сообщений) и нек. др.; см.: [Davis 2011; Scott 2012; Quesenberry 2015; Alba-Juez, Larina 2018; Marlangeon 2018]. Собственно лингвистический подход к рекламе фокусируется на вопросах о том, как традиционные риторические средства модифицируются в маркетинговом дискурсе, как целесообразно формировать коммуникативное пространство, которое характеризуется ситуациями риска, как должны быть сопряжены коммерческие интересы с цивилизационными ценностями общества.

Прагматика мультимодального рекламного дискурса

В системе маркетинговых коммуникаций реклама рассматривается как лингвопрагматический феномен, характеризуется динамичностью, вероятно, вследствие этого не имеет однозначно определенного статуса: рассматривается и как тип коммуникации, и как сфера коммуникации, и как дискурс/ текст, и в качестве особого функционального стиля. Но при всем разнообразии подходов исследователи отмечают обязательный высокий лингвопрагматический потенциал единиц, используемых в рекламе [Гаран 2009; Фролова 2011, Данилевская 2019; Омельяненко 2019]. Впрочем, следует учитывать и то, что вообще выделение монолитных функциональных стилей становится все более сомнительным, что, по справедливому замечанию Г.Г. Хазагерова [Хазагеров 2016: 13], сегодня «мы живем с призраком кожинской функциональной стилистики, которая ничего нам не дает, потому что мы давно находимся в другом обществе. Это общество не разбивается на сферы общения так, как в хрущевское или брежневское время, и потому нужна иная стилистика – стилистика дискурсов».

Для рекламы характерно наличие сложной системы жанров – коммерческая, социальная, политическая реклама; можно говорить о таких подвидах, как рекламное объявление, рекламный слоган, рекламная статья и т. д.

Важнейшим для рекламы является «экстралингвистическое требование компрессии», что должно обеспечить существенную экономию как с точки зрения собственно лингвистических факторов (семантическая и структурная компрессия), так и экстралингвистических факторов (экономическая или собственно финансовая компрессия, то есть экономия затрат на производство и продажу товара/предоставление услуги). Вероятно, можно говорить о когнитивной компрессии, которая связана с информативностью и определяется взаимодействием различных факторов. Увеличивающаяся стандартизация и унификация продуктов и услуг неизбежно приводит к повторению маркетинговых решений. Рекламные тексты, как правило, являются мультимодальными, то есть интегративными по своей природе, так как выбор термина «мультимодальный» актуализирует специфические лингвопрагматические, коммуникативные и лингвомаркетологические характеристики текста. Таким образом, реклама относится к гетерогенным семиотическим текстовым образованиям. Исследователи такого рода единиц (J. Callaghan E. McDonald, C. Jewit, J.R. Martin и др.) обратили внимание на то, что большинство работ сосредоточивается исключительно на языковой стороне маркетинговой коммуникации, хотя необходимо исследовать все составляющие модусного текстового пространства. Мультимодальность является онтологической сущностью рекламного текста, это вербально-визуальное единство, обеспечивающее сопряженность семантико-прагматических свойств.

В рекламной аргументации очевидны две основные тактики: логически корректные аргументы, с одной стороны, и манипулятивное воздействие на психоэмоциональную сферу с другой, но в любом случае эксплицитная или имплицитная императивность является необходимым условием рекламы [Пучнина 2015: 10]. Маркетинговые коммуникации не исчерпываются утилитарными функциями продвижения товара. Нередко они формируют такой образ «продвигаемого» продукта, который имеет мало сходства с прототипом, наделяют этот образ свойствами, не имеющими к продукту никакого отношения. Информативная структура таких текстов позволяет обеспечить недискретное единство приписываемых или указываемых свойств и наименования товара, продукта, услуги с точки зрения адресата. Такая подача информации постепенно приводит к формированию и закреплению в сознании потребителя (адресата) некоего целостного образа не только с закрепленными ассоциациями, в том числе оценочными, но и закреплению так называемых аксиологически значимых корреляций: соотношение товара и семьи как ценности, в результате товар начинает осознаваться как неотъемлемая часть семейных ценностей: Такие «полёты» фантазии иногда граничат с профанацией ценностей: *Стрепсилс. И Вы снова в центре внимания! Останкино – секрет семейного счастья* (о продуктах мясоперерабатывающего комбината «Останкино»).

Стало общим местом утверждение о том, что реклама практически приняла на себя выполнение мифообразующей функции в современных условиях снижения значимости некоего социально усредненного культурного фона в России и в известной степени удовлетворила «нарративный голод». Недаром О.Т. Гаспарян пишет об «эстетической стратегии рекламного дискурса как доминантной для современных качественных текстов рекламы» [Гаспарян 2017: 97]. Т.Б. Альциль и Дж. МакГроу [Altsiel, Grow 2012] рассматривают «креативные стратегии в рекламе». Рекламный дискурс/текст выполняет практически векторные функции, то есть взаимосвязанные, но разнонаправленные. опираясь на аксиологическую шкалу социума, с одной стороны, отражает ее, а с другой – формирует, создает, то есть в определенном смысле воспитывает членов социума, закрепляет те или иные ценностные установки [Rapaille 2006; Mackenzie 2018]. Специфические лингвистические и психологические средств рекламного воздействия нередко обозначают термином «стопперы». Считается, что такие стопперы могут быть представлены во всех структурных элементах рекламного дискурса/текста. Именно эти прагматически ориентированные средства предполагают и обеспечивают два важнейших параметра рекламы – запоминаемость сообщения и вовлечение адресата, (стремление приобрести рекламируемый товар или воспользоваться рекламируемой услугой) получателя информации. И именно стопперы оказываются выразителями национально-культурной специфики восприятия и позволяют судить о ментальности реципиентов. Рекламный текст /

дискурс обладает признаком лингвокультурной обусловленности как в целом, так и по отдельным параметрам: «...бесконечные обращения и императивы не могут не раздражать носителей тех культур, где “прямой” императив просто не принят. Пожилого британца или француза не могут не раздражать “рэповские” афроамериканские тыкания пальцем в потребителя с угрозами: “Ты купил?” или “Как, ты еще не купил?”».

Французская эротизированная рекламная продукция не может не приводить в бешенство представителей ортодоксального ислама» [Елистратов 2004: 67–68]. Но в социуме, достаточно привыкшем к рекламе, все эти ее особенности перестают производить отталкивающее впечатление. Закономерно, что, когда в 90-е гг. в Россию хлынул поток зарубежной рекламной продукции, отечественная реклама стала копировать речевые и визуальные приемы зарубежных производителей, игнорируя реальные потребности и специфику восприятия российской аудитории. В результате реклама нередко оказывалась «провальной» и не выполняла своей основной функции – быть информативным средством, стимулирующим продажи. В последующие годы отечественная реклама приобрела в том числе и национально специфические черты.

О.Т. Гаспарян считает, что «в настоящее время усиливается тенденция к продаже впечатлений, а не конкретных товаров, в первую очередь продается эмоциональная привязанность к определенной характеристике бренда» [Гаспарян 2017: 95]. Заметим, что вместе с тем очевидна и противоположная тенденция – возвращение к тем параметрам рекламы, которые были характерны для нее в ее советском варианте. Прежде обходившийся без рекламы канал ЦТ «Спас» изобилует рекламными сообщениями чисто информационного типа, где подробно перечисляются полезные свойства непромокаемой обуви для рыбалки, одежды универсального размера, ниспадающих платков и т. п., причем уговоры (обещание скидок) и расхваливания (*платье превосходно смотрится на любой фигуре*) минимальны.

Особый интерес представляет исследование традиционных риторических приемов убедительной речи в маркетинговом процессе. Наиболее разительные отличия связаны с приемом сравнения. Частотность сравнений в маркетинговой деятельности указывает на то, что это коммуникативно эффективный способ трансляции сведений о товаре. Именно сравнение регулярно используется для создания уникального образа, позволяющего эффективно отграничить товар от подобных ему рыночных продуктов. Однако хорошо известны различные манипуляции с классом сравнения. И в задачи маркетинговой лингвистики входит разграничение случаев, когда, с одной стороны, некорректное сравнение представляет собой лишь риторический прием и, с другой стороны, вводит в заблуждение потребителя и противоречит законодательству. Интересно проследить возможности рекламных компаративов, девиантных с точки зрения сис-

темной нормы. Хорошо известно, что такого рода компаративы характерны для идиостиля отдельных авторов (например, у Марины Цветаевой исследователи выявили около сотни таких форм – *стойче, вечнее, золоче* и под.) Затем этот прием подхватили и растиражировали рекламисты (*яблочнее яблок*) и теперь стандартным приемом медиа стало образование степеней сравнения от любых имен, ср.: *Мне кажется, вы все-таки недооцениваете возможность прихода сил, условно говоря, **силовее** нынешних силовиков и **путинее** Путина: каких-то вовсе уж кровавых националистов или сталинистов* (Собеседник. 2019. № 49. С. 13).

Особая проблема – заведомо манипулятивная реклама (ср. манипулятивное неэтичное «подстраивание» типа: *Александр Сергеевич Пушкин. Русская классика. Майский чай. Нам есть, чем гордиться*). Поскольку манипулятивная реклама деструктивна, не выгодна не только потребителю, но – в конечном счете – и производителю, необходимо (с опорой на законодательство, на общественное мнение) исключать ее из практики. И многие реальные шаги делаются в этом направлении, ср.: *С 1 января 2020 начнет работать система сертификации органической продукции. Слова «био» и «органик», как нам обещают, больше не будут всего лишь маркетинговым ходом производителей, а будут нести официально заверенные государством гарантии, что продукт, который вы покупаете, на самом деле произведен/выращен без использования химикатов, пестицидов, гербицидов, антибиотиков и т. д.* (Собеседник. 2019. № 49. С. 11).

Впрочем, такая типичная манипуляция, как подстраивание, далеко не всегда может быть легко квалифицирована как нечестный прием. Ср., как бренд «Кока-кола» расширил свое ассоциативное пространство, затронув традиции, обычаи, связанные с Новым годом (накануне Нового года по телевидению демонстрируют красные фуры в лампочках, которые проезжают по заснеженной лесной дороге: «Праздник к нам приходит...»). Рекламистам удалось подстроиться под один из самых главных праздников человечества и создать ассоциацию со своим брендом. Современная реклама, для того чтобы эффективно воздействовать на потребителя и реализовать обобщенную комплексную цель, практически вынуждена обращаться к прагматически избыточным, сверхактуализированным средствам и способам репрезентации. Так, например, избираются модели коммуникативного поведения, стратегии и тактики и коммуникативные ходы, ранее закрепленные за особыми коммуникативными сферами или исходно связанные с различного рода девиациями. Кроме того, реклама может стремиться изменить иерархию ценностей либо изменить состав элементов аксиологической шкалы. В такого рода рекламе различного рода девиации представляются как соответствующие нормам – социальным, этическим, коммуникативным и т. д.

Показательна в этом отношении телевизионная реклама БИЛАЙН, где девочка в костюме снежинки в ответ на вопрос деда Мороз: Снежин-

ка, ты пришла рассказать стихок? – истошно кричит: Я пришла за своим ПОДАРКОМ! Здесь реализуется прием рефрейминга, осуществляется мена стратегии с опорой на антифразис (ср. положительный прототип – слова и поведение в аналогичной ситуации героини русской сказки «Морозко»). Как пишет О.С. Иссерс, «рефрейминг обнаруживается в различных приемах изменения ситуативно ожидаемых речевых действий, в отказе от типовых фреймов и сценариев, в отрицании базового фрейма (“это не то, что вы думаете”) и эффекте обманутого ожидания» [Иссерс 2012: 108].

Тиражируемость как облигаторная характеристика рекламного дискурса / текста определяет значимость передаваемых сообщений и создаваемых образов, которые могут закрепляться в сознании адресата (даже вне зависимости от его желания и воли) и предположительно определенным образом стереотипизироваться. Такое свойство рекламы, в том числе, и как вида маркетинговой коммуникации, требует особого внимания к соблюдению этико-лингвистических норм. Но в современной рекламе достаточно регулярно представлены отклонения от таких норм: достаточно вспомнить частотность использования рекламных блоков в теле- и радиовещании, а также степень повторяемости того или иного рекламного текста в рамках трансляции конкретной передачи или фильма. Как известно, в соответствии с правовыми нормами один рекламный блок может быть представлен по соотношению с 45-минутным фрагментом трансляции (при наличии согласия автора или правообладателя).

Исследователи справедливо отмечают «полное безразличие» рекламы к содержанию иных медийных дискурсов / текстов, которые она прерывает, что практически уничтожает их социокультурную значимость [Телевизионная и радиовещательная реклама 2004: 76]. Изменения и дополнения, внесенные в Закон о рекламе (от 13 марта 2006 г.), в первую очередь, определяли совершенствование именно порядка распространения рекламы: были введены запреты на использование различных видов рекламы в религиозных передачах, программах, длительность которых менее 15 минут, а также передачах, список которых был определен ранее законом «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации». Но на практике эти требования практически не выполняются. Значимыми для последовательного введения рекламы в пространство культуры с учетом необходимых параметров должны стать особые нормы саморегулирования.

Таким образом, реклама не может однозначно трактоваться как собственно информативная разновидность коммуникации. Этот феномен является гораздо более сложным и многогранным, требует комплексного рассмотрения с учетом специфики восприятия участниками коммуникации, при этом, на наш взгляд, доминирующей является позиция адресата. Именно для адресата реклама может выступать как «травмирующая ком-

муникация». Исследователи отмечают, что «повышенная стимуляция психологической активности потребителя», обязательная для рекламы, представляет собой и «стрессогенный фактор» для потребителя, так как связана с информационной перегрузкой и «нарушением культурных норм» [Овруцкий 2005: 134–142]. Рекламная коммуникация оказывается травмирующей для адресата, поскольку может приводить к фрагментации сознания, а также потенциально способствовать снижению самооценки у представителей определенных социальных страт, размывать границы социальных, в том числе этических норм за счет деструктивного воздействия определенных тиражируемых рекламных образов. Исходно свойственное рекламе противоречие экономических и социально обусловленных задач существенно повышает ответственность заказчиков и создателей рекламного продукта.

Заключение

Маркетинговые коммуникации являются одним из процессов социального взаимодействия и направлены на гармонизацию интересов всех участников этого процесса. Рассмотрение специфики такого рода коммуникации закономерно потребовало решения проблем, связанных с лингвистическим обеспечением ее успешности, следовательно, формирования особой области гуманитарного знания – маркетинговой лингвистики. Важное практическое значение имеет переведение теоретического осмысления научной проблематики маркетинговой лингвистики в такую прикладную сферу, как копирайтинг. В настоящее время маркетинговые коммуникации, с одной стороны, утрачивают утилитарную функцию рекламирования товара и сосредотачиваются на создании образа, символа, а с другой – наблюдается возвращение к реалистическим стратегиям логической аргументации. И новая область знания – маркетинговая лингвистика – должна интересоваться совмещением маркетинговой деятельности с шагами, приводящими к окультуриванию коммуникативного пространства в целом. Такой вектор исследования закономерно предполагает установление набора параметров маркетинговой коммуникации и, в первую очередь, лингвопрагматических. Процесс параметризации маркетинговых коммуникаций достаточно сложен в силу специфики объекта, но анализ материала позволяет утверждать, что параметры являются лингвопрагматическими. Набор таких параметров должен включать, помимо традиционных для сходных объектов (экономическая коммуникация, рекламная коммуникация и др.) и такие параметры, как расширенный ортологический, включающий этико-лингвистические нормы, иерархичность коммуникантов при доминировании адресата, лингвокультурная обусловленность, которая значима при трансляции и встраивании в коммуникативную систему другой лингвокультуры, а также особый параметр прогнозируемой лакунарности маркетинговых коммуникаций. При

этом позиции «отправитель – получатель» могут изменяться, возможны также трансляция и встраивание в другую лингвокультуру.

Список литературы

- Борисова Е.Г.* Маркетинговая лингвистика: направления и перспективы // Верхневолжский филологический вестник. 2016. № 4. С. 140–143.
- Бочарникова Н.В.* Перевод названий текстов масскульта как инструмент лингвистического маркетинга: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2014. 234 с.
- Гаран Е.П.* Лингвокультурологические аспекты интерпретации рекламного дискурса (на материале русского и английского языков): дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2009. 159 с.
- Гаспарян О.Т.* Интенциональные стратегии современного рекламного дискурса: дис. ... канд. филол. наук. М., 2017. 154 с.
- Голев Н.Д., Яковлева О.Е.* Язык как собственность (к основаниям лингвомаркетологической концепции языка) // Юрислингвистика-10: Лингвоконфликтология и юриспруденция: межвузовский сборник научных трудов / под ред. Н.Д. Голева, Т.В. Чернышевой. Кемерово; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2010. Раздел 2. URL: <http://rusexpert.ru/public/guild/8.pdf> (дата обращения: 29.03.2020).
- Данилевская Н.В.* Статус рекламы в стилистической системе современного русского языка // Современная теоретическая лингвистика и проблемы судебной экспертизы: сборник научных работ по итогам Международной научной конференции «Современная теоретическая лингвистика и проблемы судебной экспертизы» (Москва, 1–2 октября 2019 г.). М.: Государственный институт русского языка, 2019. С. 396–406.
- Елистратов В.С.* О «медиевизме» современной рекламы // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2004. № 1. С. 64–71.
- Иванов В.В.* Лингвистика третьего тысячелетия: Вопросы к будущему. М.: Языки славянской культуры, 2004. 177 с.
- Иссерс О.С.* Лингвокогнитивные игры в пространстве интернета: от смешного до серьезного // Лингвистика креатива-2: коллективная монография. Екатеринбург: Ур. гос. пед. ун-т, 2012. С. 101–120.
- Кириллина Н.В.* Социальный потенциал маркетинговых коммуникаций в информационной среде современного города: социологический анализ: автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2014. 26 с.
- Кохтев Н., Розенталь Д.* Слово в рекламе. М.: Экономика, 1978. 70 с.
- Маркетинговая лингвистика: закономерности продвигающего текста: коллективная монография / под ред. Е.Г. Борисовой, Л.Г. Викуловой. М.: Флинта, 2019. 162 с.
- Овруцкий А.В.* Реклама как травмирующая коммуникация // Гуманитарное пространство современной культуры. II часть. Философия. Культурология. Образование. Ростов н/Д.: Фолиант, 2005. С. 135–142.
- Омельяненко В.А.* Мультимодальные способы репрезентации имиджа России в текстах национально ориентированной рекламы: дис. ... канд. филол. наук. М., 2019. 22 с.

- Пучнина А.С. Лингво-экспрессивные модификации речевых единиц в текстах рекламы и СМИ: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2015. 232 с.
- Телевизионная и радиовещательная реклама: учебное пособие / В.Л. Полукаров, Л.Г. Грановский, В.П. Козин, В.Ю. Лозовская. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2004. 385 с.
- Фролова Н.Н. Дискурсивные функции маркировочных наименований (брендов): лингвокультурологический и лингвопрагматический аспекты (на материале русского языка): дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2011. 180 с.
- Хазагеров Г.Г. Мы не первые в истории человечества люди лейблов и слоганов // Практики и интерпретации. Т. 1 (2). 2016. С. 8–13.
- Alba-Juez L., Larina T. Language and Emotions: Discourse Pragmatic Perspectives // Russian Journal of Linguistics. 2018. No. 22 (1). P. 9–37. DOI: 10.22363/2312-9182-2018-22-1-9-37.
- Altsiel T.B., Grow J.M. Advertising Creative: Strategy, Copy and Design. SAGE Publications, 2012. 488 p.
- Davis J.J. Advertising Research: Theory and Practice (2nd Edition). Prentice Hall, 2011. 704 p.
- Mackenzie J.L. Sentiment and Confidence in Financial English: a Corpus Study // Russian Journal of Linguistics. 2018. № 22 (1). С. 80–93. DOI: 10.22363/2312-9182-2018-22-1-80-93.
- Marlangeon S.K. Fustigation Impoliteness, Emotions and Extimacy in Argentine Media Celebrities // Russian Journal of Linguistics. 2018. № 22 (1). С. 161–174. DOI: 10.22363/2312-9182-2018-22-1-161-174.
- Rapaille C. The Culture Code: An Ingenious Way to Understand Why People Around the World Live and Buy as They Do. Crown Business, 2006. 108 p. DOI: 10.1007/s12115-008-9083-7.
- Quesenberry K.A. Social Media Strategy: Marketing and Advertising in the Consumer Revolution. Rowman & Littlefield Publishers, 2015. 376 p.
- Scott W.D. The Psychology of Advertising. Forgotten Books, 2012. 282 p.

References

- Alba-Juez, L., Larina, T. (2018). Language and Emotions: Discourse Pragmatic Perspectives. *Russian Journal of Linguistics*, no. 22 (1), pp. 9-37. DOI: 10.22363/2312-9182-2018-22-1-9-37.
- Altsiel, T.B., Grow, J.M. (2012). Advertising Creative: Strategy, Copy and Design. SAGE Publications. 488 p.
- Borisova, E.G. (2016). *Marketingovaya lingvistika: napravleniya i perspektivy* [Marketing linguistics: directions and prospects], *Upper Volga philological Bulletin*, no. 4. pp. 140-143. (in Russian).
- Bocharnikova, N.V. (2014). *Perevod nazvanij tekstov masskul'ta kak instrument lingvisticheskogo marketinga* [Translation of mass culture text titles as a linguistic marketing tool], Unpublished PhD theses in Philology. Volgograd, 234 p. (in Russian).
- Danilevskaya, N.V. *Status reklamy v stilisticheskoy sisteme sovremennogo russkogo yazyka*. [The status of advertising in the stylistic system of the modern Russian language]. *Sovremennaya teoreticheskaya lingvistika i problemy sudebnoj ekspertizy* [Modern theoretical linguistics and problems of forensic expertise], Ma-

- terials of International Scientific and Practical Conference, Moscow, pp. 396-406. (in Russian).
- Davis, J.J. (2011). *Advertising Research: Theory and Practice* (2nd Edition). Prentice Hall. 704 p.
- Elistratov, V.S. (2004). *O "medievizme" sovremennoj reklamy* [About "medievalism" of modern advertising], *MSU Bulletin. Ser. 19. Linguistics and intercultural communication*, no. 1. pp. 64-71. (in Russian).
- Frolova, N.N. (2011). *Diskursivnye funktsii markirovochnyh naimenovanij (brendov): lingvokul'turologicheskij i lingvopragmaticheskij aspekty (na materiale russkogo yazyka)*. [Discursive functions of labeling names (brands): linguoculturological and linguopragmatic aspects (based on the material of the Russian language)]. Unpublished PhD theses in Philology, Krasnodar, 180p. (in Russian).
- Garan, E.P. (2009). *Lingvokul'turologicheskie aspekty interpretacii reklamnogo diskursa (na materiale russkogo i anglijskogo yazykov)* [Linguoculturological aspects of advertising discourse interpretation (based on the material of Russian and English languages)], Unpublished PhD theses in Philology. Rostov-on-Don. 159 p. (in Russian).
- Gasparyan, O.T. (2017). *Intencional'nye strategii sovremennogo reklamnogo diskursagvokul'turologicheskie aspekty interpretacii reklamnogo diskursa (na materiale russkogo i anglijskogo yazykov)* [Intentional strategies of modern advertising discourse], Unpublished PhD theses in Philology. Moscow, 154 p. (in Russian).
- Golev, N.D., Yakovleva, O.E. (2010). *Yazyk kak sobstvennost' (k osnovaniyam lingvomarketologicheskoy koncepcii yazyka)* [Language as a property (to the basis Language as property (to the basis of linguamethodical language concepts)], *Jurilinguistic-10: Linguoconflictology and law: interuniversity collection of scientific works* /ed. By N.D. Golev, and T.V. Chernysheva. Kemerovo; Barnaul: Publishing house of the Altai University, 2010. Section 2.URL: <http://rusexpert.ru/public/guild/8.pdf> (accessed date: 29.03.2020). (in Russian).
- Issers, O.S. (2012). Linguistic and Cognitive games in the space of Internet, from funny to serious. *Lingvistika kreativa-2: Kollektivnaya* [Linguistics of creativity-2] Collective monograph / edited by prof. T.A. Gridina, 2nd ed. Yekaterinburg: Ural State Teaching Training University, pp. 101-120. (in Russian).
- Ivanov, Vyach. Vs. *Lingvistika tret'ego tysyacheletiya: Voprosy k budushchemu* [Linguistics of the third Millennium: Questions for the future] Moscow: Languages of Slavic culture publ., 177 p. (in Russian).
- Khazagerov, G.G. (2016). *My ne pervye v istorii chelovechestva lyudi lejbl'ov i sloganov* [We are not the first people in the history of mankind people of labels and slogans], *Practices and interpretations*, vol. 1 (2). pp. 8-13. (in Russian).
- Kirillina, N.V. (2014). *Social'nyj potencial marketingovykh kommunikacij v informacionnoj srede sovremennogo goroda: sociologicheskij analiz* [Social potential of marketing communications in the information environment of a modern city: sociological analysis]. Abstract of unpublished PhD theses in Sociology. Moscow, 26 p. (in Russian).
- Kohtev, N., Rozental' D. (1978). *Slovo v reklame* [A word in advertising]. Moscow: Economics, 70 p. (in Russian).

- Mackenzie, J.L. (2018). Sentiment and Confidence in Financial English: a Corpus Study. *Russian Journal of Linguistics*, no. 22 (1), pp. 80-93. DOI: 10.22363/2312-9182-2018-22-1-80-93.
- Marlangeon, S.K. (2018). Fustigation Impoliteness, Emotions and Extimacy in Argentine Media Celebrities. *Russian Journal of Linguistics*, no. 22 (1), pp. 161-174. DOI: 10.22363/2312-9182-2018-22-1-161-174.
- Marketingovaya lingvistika: zakonomernosti prodvigayushchego teksta* (2019). [Marketing linguistics: patterns of promotional text], The collective monograph edited by E.G. Borisova and L.G. Vikulova, Moscow, Flinta publ., 162 p. (in Russian).
- Ovruckij, A.V. (2005). Advertising as traumatic communication. Gumanitarnoe prostranstvo sovremennoj kul'tury [Humanitarian space of modern culture]. II part. Philosophy. Culturology. Education, Rostov-on-Don, Foliamt publ., pp. 135-142. (in Russian).
- Omel'yanenko, V.A. (2019). *Mul'timodal'nye sposoby reprezentacii imidzha Rossii v tekstah nacional'no orientirovannoj reklamy* [Multimodal ways to represent the image of Russia in the texts of nationally oriented advertising]. Unpublished PhD theses in Philology, Moscow, 22 p. (in Russian).
- Polukarov, V.L., Granovski, L.G., Kozin, V.P., Lozovskaya, V.Yu. (2004). *Televizionnaya i radioveshchatel'naya reklama* [Television and radio advertising], Textbook, Moscow, Publishing and trading corporation "Dashkov and Co". 385 p. (in Russian).
- Puchnina, A.S. (2015). *Lingvo-ekspressivnye modifikacii rechevyh edinic v tekstah reklamy i SMI* [Linguistic and expressive modifications of speech units in advertising and media texts], Unpublished PhD theses in Philology, Volgograd, 232 p. (in Russian).
- Quesenberry, K.A. (2015). *Social Media Strategy: Marketing and Advertising in the Consumer Revolution*. Rowman & Littlefield Publishers. 376 p.
- Rapaille C. (2006). *The Culture Code: An Ingenious Way to Understand Why People Around the World Live and Buy as They Do*. Crown Business. 108 p. (in Russian). DOI: 10.1007/s12115-008-9083-7.
- Scott, W.D. (2012). *The Psychology of Advertising*. *Forgotten Books*. 282 p.

LINGUOPRAGMATIC PARAMETERS OF MARKETING COMMUNICATIONS

L.A. Brusenskaya¹, E.G. Kulikova²

^{1,2} *Rostov State University of Economics (Rostov-on-Don, Russia)*

Abstract: The language interpretation as a marketing structure has recently become urgent, and the depending scientific expansion has led to the emergence of such a new interdisciplinary field of knowledge, as marketing linguistics. Marketing linguistics focuses on the special status of a language not only as a communication system, but also as a linguistic and economic phenomenon, the functioning of which can ensure the effectiveness and dynamism of macro- and microeconomic processes, primarily related to the promotion of certain products in certain market segments. However, marketing linguistics should be interested in combining

marketing activities with the steps leading to the cultivation of the communicative space as a whole. The existing contradiction between exclusively economic and linguo-economic phenomena, which naturally include marketing and its objectively determined goal, and language as a set of pragmatically oriented and communicatively determined units, as well as ways of using such units, seems to take into account the ethical norms and linguistic-pragmatic specifics of the language units used in advertising discourse. Thus, the linguopragmatic parameters of marketing communications are a set of characteristics determining the specifics of the discourse/text, and include, in addition to the traditionally allocated parameters, the hierarchy of communicants, linguistic and cultural conditionality and predicted lacunarity in the texts' translation and their embeddings in other linguocultures. Linguopragmatic parameterization of marketing communications involves the significantly expanded interpretation of one of the traditional orthological parameters: the inclusion of a variety of such norms as ethical and linguistic ones, as well as the dynamism. Linguopragmatic parameterization of marketing communications involves a significantly expanded interpretation of one of the traditional orthological parameters: the inclusion of ethical and linguistic type of norm in obligatory norms, as well as dynamism, linguistic and cultural specificity of such norms.

Key words: marketing communications, marketing linguistics, advertising discourse, linguopragmatics, linguistic culture, lacunarity.

For citation:

Brusenskaya, L.A., Kulikova, E.G. (2020), Linguopragmatic parameters of marketing communications. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 2, pp. 333-350. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).333-350. (in Russian)

About the authors:

¹ **Brusenskaya, Ludmila Alexandrovna**, Prof., Professor of the Russian Language and Speech Culture Department

² **Kulikova, Ella Germanovna**, Prof., Head of the Russian Language and Speech Culture Department

Corresponding authors:

^{1,2} Postal address: 69, Bol'shaya Sadovaya ul., Rostov-on-Don, 344002, Russia

¹ E-mail: brusenskaya_l@mail.ru

² E-mail: kulikova_ella21@mail.ru

Acknowledgements:

The reported study was funded by RFBR according to the research project no. 19-012-0016

Received: March 30, 2020

Revised: April 24, 2020

Accepted: May 15, 2020

СТРАТЕГИЯ ПОЗИТИВНОЙ МЕДИАТИЗАЦИИ ВОЙНЫ ВО ВЬЕТНАМЕ (ПО МАТЕРИАЛАМ «ПРАВДЫ» И «КОМСОМОЛЬСКОЙ ПРАВДЫ» 1965 г.)*

И.Т. Вепрева¹, Уонг Минь Туан²

^{1,2} Уральский федеральный университет

им. первого Президента России Б.Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия)

Аннотация: Статья посвящена анализу стратегии позитивной медиатизации вьетнамской войны в советских СМИ. Теоретической основой работы является понятие *медиатизация политики*, которое сложилось как термин эпохи глобальной информатизации, когда восприятие общественных коллизий и их оценку активно формируют массмедиа. Проецирование этого понятия на события 1965–1973 гг. позволило выявить особенности освещения военного конфликта в советских СМИ, являвшихся рупором официальной власти. Материалом для исследования послужили газетные материалы «Правды» и «Комсомольской правды» за 1965 год, являющийся точкой отсчета начала военной помощи СССР борющемуся Вьетнаму. Найдены и охарактеризованы две полярные субстратегии медиатизации образа Вьетнама, опирающиеся на оппозицию *свой – чужой*: субстратегия героизации вьетнамского народа и субстратегия обвинения и осуждения внешнего агрессора – США. Оппозиция *свой – чужой* ценностно ориентирована. Репрезентация дихотомии *свой – чужой* средствами тоталитарного языка определила гипертрофированную и упрощенную оценочность в обозначении своих и чужих. Первая группа характеризуется абсолютно положительной оценкой, вторая – абсолютно отрицательной. Среди языковых средств реализации субстратегии обвинения и осуждения внешнего агрессора обнаружены оценочные эпитеты, метафорические номинации, политические ярлыки с отрицательно-оценочной коннотацией, заголовки-лозунги обвинительного и осуждающего типа. Субстратегия героизации вьетнамского народа сформировала общее представление о национальном характере вьетнамцев. Итогом положительной медиатизации вьетнамской войны стало обогащение смысла концепта *Вьетнам*. В русском языковом сознании сложились положительно оценочные представления о вьетнамцах как дружелюбной, трудолюбивой, героической нации, способной отстоять свою независимость.

Ключевые слова: стратегия, медиатизация, ономастический концепт *Вьетнам*, оппозиция *свой – чужой*, оценочность.

* Исследование подготовлено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-012-00399А «Аксиологический потенциал современной русской метафоры».

Для цитирования:

Вепрева И.Т., Уонг Минь Туан. Стратегия позитивной медиатизации войны во Вьетнаме (по материалам «Правды» и «Комсомольской правды» 1965 г.) // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 2. С. 351–364. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).351-364.

Сведения об авторах:

¹ **Вепрева Ирина Трофимовна**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации

² **Уонг Минь Туан**, аспирант кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации

Контактная информация:

^{1,2} Почтовый адрес: 620000, Россия, Екатеринбург, пр. Ленина, 51

¹ E-mail: irina_vepreva@mail.ru

² E-mail: uongminhtuan76@gmail.com

Дата поступления статьи: 07.02.2020

Дата рецензирования: 17.02.2020

Дата принятия в печать: 15.05.2020

Введение

Когнитивный подход к именам собственным позволил сформулировать понятие топонимического и шире – ономастического концепта, который рассматривается как орудие формирования и выражения ономастического знания в человеческом сознании. Помимо основной функции топонима – территориально фиксировать объект, ономастический концепт включает корпус «представлений исторического, этнографического и культурного плана» [Щербак 2008: 11]. В его когнитивной структуре, кроме информационного / энциклопедического слоя, содержатся образный и ценностный компоненты. Топонимические концепты в современном русском языке становятся объектом изучения лингвистов, см., например: [Адясова 2015; Гришина 2004; Куданкина 2005; Сапиева 2015; Ши Ся 2008; Юрьева 2008].

Определяя лингвокультурный багаж того или иного топонима, исследователи задаются вопросом, любое ли имя собственное можно назвать концептом. В свое время А.В. Суперанская отмечала, что топонимы являются «представителями и хранителями значительной культурной информации», поскольку каждое «географическое название связано с известным местом и эпохой» [Суперанская 1985: 15]. Тем не менее, в одной из работ по когнитивной лингвистике полемично ставится вопрос, вынесенный в заглавие статьи: «Концепт, или Отчего Америка – концепт, а

Финляндия – нет?» [Грузберг 2002]. Автор, предлагая свою «технология» определения концепта, приходит к заключению: «Наконец, о вопросе, вынесенном в заголовок данной статьи. Для носителей русского языка *Америка* несомненно концепт, ибо это не столько название страны (кстати, ни одна из стран не называется так) и тем более не столько название одного из континентов (какового названия ведь тоже нет), а в первую голову «культурно-ментально-языковое» образование, символизирующее процветание, империю зла, богатство, передовые технологии, врага № 1, предел мечтаний русского обывателя, самую справедливую страну мира и т. д. и т. п. <...> А *Финляндия*? Это название прекрасной северной страны, нашего соседа. И только. И только?» [Там же]. Автор, оставляя вопрос, открытым для читателя, предлагает участие в обсуждении выдвинутой проблемы. Проблема, действительно, существует, и существует потому, что для концепта важно, является ли он «объектом постоянной рефлексии коллективного сообщества носителей языка» и обладает ли богатыми когнитивными и эмоциональными коннотациями, достаточной «национально-культурной значимостью» [Сапиева 2015: 24].

Объектом нашего исследования является концепт *Вьетнам*, при анализе которого, перефразируя Л.А. Грузберг, мы может задать вопрос: отчего *Вьетнам* – концепт, а *Мьянма / Восточный Тимор / Бруней* (страны Юго-Восточной Азии) – нет?

Ответ на этот вопрос содержится в предмете нашего исследования – анализе стратегии положительной медиатизации Вьетнама в период 1965–1973 гг., когда Советский Союз оказал военную, материальную и морально-политическую поддержку народу Вьетнама в войне против агрессии США. Именно в этот исторический период шло активное формирование концепта *Вьетнам* как социоэтнокультурного феномена, сложились положительно «заряженные» коллективные представления о вьетнамцах как дружелюбной, трудолюбивой, героической нации, способной отстаивать свою независимость, об «исторически непримиримом» Вьетнаме¹. Цель нашего исследования – описание речевого механизма реализации коммуникативной стратегии положительной медиатизации Вьетнама в период войны 1965–1973 гг. Достижение этой цели предполагает решение следующих задач: 1) определить речевые субстратегии медиатизации образа Вьетнама; 2) установить арсенал языковых средств, выполняющих функцию медиатизации; 3) выявить когнитивные и эмоциональные коннотации, обогащающие когнитивную структуру концепта *Вьетнам*.

¹ Коммуникативной стратегией, вслед за О.С. Иссерс, мы называем речевую стратегию, которая «включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана. Иными словами, речевая стратегия представляет собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Иссерс 2012: 54].

В современной медиалингвистике получил распространение термин *медиатизация* (*mediatization*), который впервые ввел известный исследователь Дж. Томпсон [Thompson 1990: 241] для обозначения влияния масс-медиа на общественное сознание и современное жизненное пространство в целом, см., также развитие идей теории медиатизации в [Брэди 2008; Brants, Praag 2006; Cottle 2006; Hjarvard 2008; McQuail 2006; Robinson 2001].

Одним из результатов медиатизации является «придание публичности различным сторонам социальной деятельности и вовлечение их в сферу общественных дискуссий, что может повлечь за собой <...> важнейшие изменения в общественной жизни и в общественном сознании» [Клушина 2012: 264]. Это процесс, в котором задействованы не только СМИ, но и другие социальные и политические институты.

Функция медиатизации была реализована в период войны во Вьетнаме как оппозиционно настроенными американскими СМИ, так и советскими, выступающими в роли пропагандиста официальной точки зрения. Вследствие этого медиатизация может носить как негативный, так и позитивный характер. В частности, исследователь Н.С. Авдонина в своих работах пишет о негативной медиатизации войны во Вьетнаме: «Вооруженный конфликт во Вьетнаме, безусловно, отличается от предыдущих конфликтов. Это была первая проигранная война за много километров от территории США. Война против нищей, полуграмотной нации, которую так и не удалось победить. Состояние Америки 60-х годов невозможно представить в отрыве от вооруженного конфликта во Вьетнаме» [Авдонина 2011: 185]. За поражение США в этой войне многие возлагали ответственность именно на масс-медиа, которые изменили устоявшееся общественное мнение и сформировали негативный образ войны, которую вела Америка во Вьетнаме, см. об отдельных аспектах американской медиатизации [Ballard-Reisch 1991; Dittmar, Michaud 1990; Hallin 1984; Petersen 1998].

Беспрецедентной оказалась роль советских СМИ, которые не только отражали события, происходящие во Вьетнаме, но и формировали оценочное отношение к этим событиям в советском обществе. «В российских реалиях публицистика всегда имела идеологический модус, она всегда была направлена на утверждение в обществе базовых идеологем и создание аксиологических координат, соответствующих конкретным задачам эпохи» [Клушина 2012: 263].

2. Описание материала и методов исследования

В данной работе предлагается когнитивно-ориентированный подход к анализу газетного дискурса советской эпохи. Эмпирическую базу исследования составляет корпус газетных текстов и высказываний, извлеченных методом сплошной выборки из газет «Правда» и «Комсомольская правда» за 1965 год, отмеченный официальной поддержкой Совет-

ским правительством народа Вьетнама (5 марта 1965 года в советских СМИ опубликовано Заявление Советского правительства правительству США, в котором были осуждены новые военные провокации США против Северного Вьетнама). В качестве материала было использовано свыше 300 текстов разного объема и жанра: официальные сообщения, репортажи, письма трудящихся, очерки, стихи вьетнамских поэтов. В газетах много фотографий и карикатур.

В ходе лингвоидеологического анализа газетного дискурса в рамках общей коммуникативной стратегии медиатизации образа Вьетнама выявлены две субстратегии, опирающиеся на оппозицию *свой – чужой*: субстратегия героизации вьетнамского народа и субстратегия обвинения и осуждения внешнего агрессора.

3. Представление результатов

Универсальная семантическая категория *свой – чужой* является отражением бинарности мироустройства. Мотивация категоризации объектов по принципу *свой – чужой* в советских СМИ предопределена семантической базовых идеологием советской системы: сплоченности – отчуждения.

Идеологическая позиция советского государства, одним из принципов которой был принцип братства и единства со всеми народами, мотивирует отнесение к содержательным репрезентантам сферы «свое» весь вьетнамский народ. К категории чужих относится страна-агрессор – США. Советская риторика свела семантическую категорию *свой – чужой* к оппозиции *друг – враг*.

Оппозиция *свой – чужой* имеет в своем составе аксиологический компонент. Репрезентация базовой дихотомии *свой – чужой* средствами тоталитарного языка привела к гипертрофированной и упрощенной (т. е. сведенную к четкой поляризации) оценочности в обозначении своих и чужих [Романенко 2000: 74]. Первая группа характеризуется абсолютно положительной оценкой, вторая – абсолютно отрицательной. Структурированность текста биполярным типом оценочности предопределила отсутствие нейтральной зоны репрезентации сфер «свое – чужое».

Рассмотрим последовательно реализацию каждой из субстратегий. Особенно сильной по стилевой подаче материала является субстратегия обвинения и осуждения внешнего агрессора. Советские СМИ как социально-политический рупор государственной системы агональны, когда они повернуты к врагу. Речевая грубость, по идеологическим нормам, по отношению к врагам допустима. Общая стратегия позитивной медиатизации в этой субстратегии основана на негативной критике врага.

Прежде всего СМИ дают оценку той войны, которую развязал агрессор, используя разный набор языковых средств: атрибутивные характеристики, метафоры, оценочные лексемы: **аморальная война, грязная война, гнусная война, преступные действия, пиратские действия, пре-**

ступная авантюра, бандитский налет, грязная лужа, игра с огнем, зверство, преступления, злодеяния.

Советские СМИ дискредитируют образ страны, вторгнувшейся в пределы другого государства, синонимизируя лексему *агрессор* в дискурсивном пространстве газет: *американские империалистические агрессоры, американские захватчики, американские оккупанты, американские военицины, матерый агрессор и душитель* национально-освободительной борьбы; *интервенты, завоеватели.*

Обличение действий развязавших войну США позволяет журналистам использовать в своей оценочной интерпретации дисфемизмы, маркеры пейоративного отчуждения: *варвары, подлые цивилизованные варвары, преступники, насильники, палачи; одетые в униформы банды; военные маньяки из Пентагона, заокеанские убийцы, головорезы.* С общей тональностью текста, характеризующего поведение США во Вьетнаме, согласуются метафорические номинации с гипертрофированной негативной оценкой: *звери; звери в пентагоновских мундирах, «крестоносцы», ландскнехты, ландскнехты Пентагона, воздушные пираты, заокеанские людоеды, поджигатель войны, миссионеры огня и меча, пираты XX века, сеятели смерти.*

Для создания обличительной тональности текста типично использование лозунгов и призывов, которые считаются самым эффективным стилем коммуникации в тоталитарном государстве [Купина 2015]. Выбранный материал является эталонной вербализацией пропагандистских лозунгов, вынесенных в сильную позицию текста – газетный заголовок, который, помимо информативной функции, оказывает воздействующий эффект на интеллект и эмоции адресата. Когнитивным основанием вынесения семантики осуждения в заголовок являются его конструктивные семантико-синтаксические особенности: свернутый до образного и экспрессивного лозунга, заголовок автоматически усваивается адресатом.

Далее сгруппируем лозунги и призывы по доминирующей жанровой составляющей речевого акта.

Первая группа лозунгов содержит осуждение американских агрессоров: *Весь мир клеймит позором американских агрессоров!; Советские люди осуждают агрессоров!; Осуждаем варваров!; Сурово осудить действия американских агрессоров во Вьетнаме; Позор тебе, Америка!; Позор убийцам!; Позор агрессорам!; Позор миссионерам огня и меча!; Позор воздушным пиратам!; Агрессоров – к позорному столбу!*

Вторая группа лозунгов содержит требования, предъявляемые США: *Остановить американских империалистических агрессоров!; Изгнать интервентов из Вьетнама!; Долой американских интервентов!; Вон из Вьетнама!; Янки, вон!; Обуздать американских интервентов!; Положить конец агрессии во Вьетнаме!; Положить конец злодеяниям!; Прекратить грязную войну во Вьетнаме!; Американские империалисты – вон из*

Индокитая!; Прекратить преступную авантюру!; США, руки прочь от Вьетнама!; Прекратить постыдную грязную войну!; Янки, прочь из Вьетнама!; Вон агрессоров из Вьетнама!; Агрессоры, вон из Вьетнама!; Прекратить провокации американской военицины!; Американских оккупантов – вон из Вьетнама!

В лозунгах присутствует обвинительная иллокуция, которая приписывает объекту оценки совершение отрицательно оцениваемого действия (*провокации американской военицины, преступная авантюра, грязная война, агрессия*). Кроме обвинения присутствует и осуждение, выраженное эксплицитно посредством перформативных глаголов *осуждать* и *клеить*.

Политические ярлыки, т. е. номинации агрессора с односторонней пейоративной оценкой, с гипертрофированным коннотативным значением (*варвары, агрессоры, оккупанты, интервенты, убийцы, пираты*), подчеркивают масштабность преступного вооруженного конфликта и его бесчеловечность. Выступая с позиции обвинителя, советские СМИ дискредитируют США как идеологически враждебную систему в глазах мирового сообщества и одновременно утверждают превосходство над ним своего государства и его сторонников.

Вторая субстратегия героизации вьетнамского народа характеризуется абсолютно положительной оценкой. В советских масс-медиа шло конструирование мифосимволической парадигмы единого образа Вьетнама, в котором принимали участие все акторы политической коммуникации – политики, журналисты и общество. Формируется образ национального характера вьетнамцев, который наиболее ярко проявляется в военный период истории страны. Объект оценки – рабочие и крестьяне, участники военных действий – армия, ополченцы, партизаны, вьетнамские женщины и дети. В соответствии с этим составом объекта выделяются семы оценки.

– Степень близости советского народа с народом Вьетнама: *наши вьетнамские братья / братский Вьетнам / братский вьетнамский народ / дружественный народ Вьетнама / братская социалистическая страна / вьетнамские друзья*.

– Героизм народа: *край мужественных, мужество и героизм вьетнамцев, героический народ Вьетнама, герои – патриоты непобедимы*.

– Свободолюбие: *свободолюбивый народ; свободу не погубить ни пулями, ни напалмом, ни газом*.

– Твердость, несгибаемость: *мужественный вьетнамский народ, который героически, с непреклонной волей и решимостью сражается против агрессоров; несгибаемая стойкость; воля к победе; героев не поставят на колени*.

– Патриотизм: *пламенное сердце патриота, беспримерные подвиги патриотов; беззаветный патриотизм*.

– Уверенность: *спокойный и уверенный в своих силах солдат, стоящий на боевом посту.*

– Трудолюбие: **трудолюбивый** вьетнамский народ; *Каждый воин – труженик. Каждый труженик – воин; Быть бойцом – это не только уметь метко стрелять. Это значит и выращивать рис, и шить одежду, и трудиться.*

– Бесстрашие: **бесстрашные** бойцы; **бесстрашное** сердце.

Формируется общее представление о Вьетнаме: это государство, которое, по сути, являясь миролюбивым, вынуждено бороться. В борьбе проявляется мужество и героизм вьетнамцев. Еще одна группа лозунгов выражает поддержку вьетнамского народа, солидарность с ним и восхищение мужеством патриотов: *Патриотов не запугать!; Вьетнам не встанет на колени!; Вьетнаму не быть покорённым!; Мы с вами, герои!; Братский Вьетнам, ты победишь!; Мы всем сердцем с нашими вьетнамскими друзьями.*

Общая тональность текстов о вьетнамцах – романтический пафос, восхищение стойкостью народа. Основной риторической эмоцией является симпатия и дружеское отношение к Вьетнаму. Элементы любви к Вьетнаму выражаются в частичной идеализации народа как абсолютно морально чистого и беззаветно любящего свою родину. Героизация вьетнамского народа – процесс в определенной степени мифотворческий, поскольку герой отличается от простого человека доведенными до совершенства человеческими качествами.

В постоянной рубрике «Комсомольской правды» «Вьетнамский дневник» журналисты выбирали героев из числа простых людей. В репортажных зарисовках образ вьетнамца приобретает дополнительные черты: *Да, вьетнамцы добры, общительны, веселы, гостеприимны. Они лиричны. Любят песни и стихи, изящество и красоту. Кисть их художников ласкова, строка их поэтов мелодична... но главной чертой национального характера этих людей история сделала не добродушие, не поэтичность, а мужество* (Комсомольская правда. 02.09.1965).

Эмоции романтического характера сопрягаются с чувством сострадания. Много строк посвящено казненным и павшим героям. Например, подпись под фотографией: *Его имя Ле Дау. Возраст 24 года. Он боролся за свободу и был расстрелян карателями. Он умер героем. Он остался им* (Комсомольская правда. 05.05.1965). Снимки детей и женщин с маленькими детьми на фоне разрушенных зданий сопровождаются эмоциональными комментариями: *Горе войны... Оно в слезах матери и в седине двадцатилетних. Оно в каждой черточке лица этого ребенка, обездоленного войной* (Комсомольская правда; 04.04.1965); *Мать и дитя, извечный образ добра и красоты. За что они убили ребенка этой вьетнамской женщины? Ответ ей, Америка! Нет преступника страшнее, чем детоубийца. Нет*

гнуснее насильника, чем тот, кто поднял руку на женщину-мать (Комсомольская правда. 15.06.1965).

Один из медиаповодов – публикации писем трудящихся – позволяет ввести во «вьетнамский» текст тему солидарности. Положительная медиатизация Вьетнама создала масштабное движение всех граждан СССР в поддержку Вьетнама: *В редакцию «Правды» продолжают поступать резолюции митингов, состоявшихся на предприятиях, в учреждениях страны, в колхозах и совхозах, письма трудящихся, в которых выражается гневный протест против преступлений военщины США, подвергающей бомбардировке районы Северного Вьетнама* (Правда. 17.02.1965); *Одним из конкретных мероприятий мог бы стать сбор средств для оказания практической помощи вьетнамским патриотам в виде медикаментов, необходимых материалов и оборудования* (Комсомольская правда. 20.05.1965). В возникшей тогда атмосфере человеческой солидарности общественное движение поддержки вьетнамского народа в короткий срок приобрело самый массовый, поистине всенародный характер.

4. Заключение

Итогом положительной медиатизации вьетнамской войны стало создание лингвокультурного облика Вьетнама. В процессе осознания читателем массмедийного контента, транслирующего информацию о Вьетнаме, шла ее концептуализация. История Вьетнама в языковом сознании русских стала ассоциироваться с историческими коллизиями, связанными с агрессией США во Вьетнаме. Широкомасштабное освещение вьетнамской войны послужило основой для возникновения в русском языке переносного употребления слова *Вьетнам*, зафиксированного в словаре-справочнике «Новые слова и значения»: **«Вьетнам**, а, м. Публ. О затяжных военных действиях США, НАТО на территории другого государства, напоминающих вьетнамскую войну (1964–1973 гг.). *В случае военной акции Босния может стать для США «ловушкой» – Вторым Вьетнамом*. НГ 20.4.93» [НСИЗ 2009: 359]. Метафорическое словосочетание *второй Вьетнам* получает семантическое расширение в современном русском языке и употребляется не только по отношению к США, но и в других коммуникативных ситуациях, например: *Какие-то чиновники хотят устроить из Крыма и Украины второй Вьетнам* (Комсомольская правда. 01.06.2006); *У меня хватит денег приехать, все узнать, найти адреса этих вырожденков и устроить их родственникам второй Вьетнам, а там посмотрим* (Аргументы и факты. 16.08.2000).

Идеологизированные советские СМИ, пропагандистские по содержанию и функциям, создали положительный образ Вьетнама на базе оценочной оппозиции *друг – враг*. Стратегия позитивной медиатизации сформировала смысловую заданность текста и его стилистический регистр,

определила состав и направленность языковых средств, выработала систему оценок друга и врага. Стратегия позитивной медиатизации способствовала обогащению смысла концепта *Вьетнам* положительной аксиологичностью, приблизила далекую страну Юго-Восточной Азии к России. Дрейф от наглядно-образного представления о боевых вьетнамских буднях, переданных в жанре репортажных зарисовок, сформировал сложный комплекс дополнительных ассоциаций, коннотаций, оценок, формирующих когнитивную структуру концепта.

Список литературы

- Авдоница Н.С.* Негативная медиатизация войны во Вьетнаме: факторы и результат // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия Филология. Востоковедение. Журналистика. 2011. № 3. С. 181–187.
- Адясова Л.Е.* Концепт Советский Союз и его языковая экспликация в современном российском медиадискурсе: дис. ... канд. филол. наук. Нижний Новгород, 2015. 269 с.
- Брэди Р.* Современные проблемы освещения внешнеполитических конфликтов (опыт американской журналистики). СПб.: Роза мира, 2008. 211 с.
- Гришина О.А.* Актуализация концепта Америка в современном русском языке (на материале публицистических текстов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Архангельск, 2004. 22 с.
- Грузберг Л.А.* Концепт, или Отчего Америка – концепт, а Финляндия – нет? // Филолог. 2002. № 1. С. 58–61.
- Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Издательство ЛКИ, 2012. 304 с.
- Клушина Н.И.* Власть, СМИ и общество (стратегия и тактики формирования общественного мнения) // Язык СМИ и политика. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2012. С. 262–283.
- Куданкина О.А.* Актуализация концепта Германия в российской публицистике: дис. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2005. 166 с.
- Купина Н.А.* Тоталитарный язык: словарь и речевые реакции. 2-е изд. испр. и доп. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. 186 с.
- НСИЗ – Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века в 2 т. Т. 1.* СПб.: Дмитрий Буланин, 2009. 813 с.
- Романенко А.П.* Советская словесная культура: образ ратора. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2000. 210 с.
- Сатиева С.К.* Концепт Кавказ в российском лингвокультурном пространстве: Когнитивно-дискурсивный аспект: дис. ... канд. филол. наук. Майкоп, 2015. 227 с.
- Суперанская А.В.* Что такое топонимика? М: Наука, 1985. 177 с.
- Ши Ся.* Концепт КИТАЙ в русском обыденном языковом сознании: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2008. 21 с.
- Щербак А.С.* Региональная ономастика в когнитивном аспекте. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина; ООО «Центр-пресс», 2008. 197 с.

- Юрьева И.А.* Концепт Россия как фрагмент русской национальной картины мира период XX – начала XXI вв.: автореф. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2008. 23 с.
- Ballard-Reisch D.* China beach and tour of duty: American television and revisionist history of the Vietnam War // *Journal of Popular Culture*. 1991. Vol. 25. No. 3. P. 135–149. DOI: 10.1111/j.0022-3840.1991.00135.x.
- Brants K., Praag P. van.* Signs of media logic half a century of political communication in the Netherlands // *Javnost / The Public*. 2006. Vol. 13. No. 1. P. 27–41. DOI: 10.1080/13183222.2006.11008905
- Cottle S.* *Mediatized Conflict. Developments in media and conflict studies*. Maidenhead, England: Open University Press, 2006. 217 p.
- Dittmar L., Michaud G.* *From Hanoi to Hollywood: the Vietnam War in American film*. London: Rutgers University Press, 1990. 389 p.
- Hallin D. C.* The media, the war in Vietnam, and political support: a critique of the thesis of an oppositional media // *Journal of Politics*. 1984. Vol. 46. No. 4. P. 1–24. DOI: 10.2307/2130432.
- Hjarvard S.* The Mediatization of Society A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change // *Nordicom Review*. 29 (2). 2008. P. 105–134.
- McQuail D.* On the mediatization of war: a review article // *The international communication gazette*. 2006. Vol. 68. No. 2. P. 107–118. DOI: 10.1177/1748048506062227.
- Petersen N.* The Coverage of the Vietnam War in an organizational context: the ABC and CBC experience // *Canadian Journal of Communication*. 1998. Vol. 23. No. 4. P. 455–470. DOI: 10.22230/cjc.1998v23n4a1059.
- Robinson P.* Theorizing the influence of media on world politics: models of media influence on foreign policy // *European Journal of Communication*. 2001. Vol. 16. No. 4. P. 523–544. DOI: 10.1177/0267323101016004005.
- Thompson J.B.* *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Oxford: Polity Press, 1990. 370 p.

References

- Adyasova, L.E. (2015), *Koncept Sovetskij Soyuz i ego yazykovaya eksplikaciya v sovremennom rossijskom mediadiskurse* [The concept of the Soviet Union and its language explication in the modern Russian media discourse], Dissertation, Nizhniy Novgorod, 269 p.
- Avdonina, N.S. (2011), *Negativnaya mediatizaciya vojny vo V'etname: faktory i rezul'tat* [Negative mediatization of the Vietnam war: factors and results]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya Filologiya. Vostokovedenie. ZHurnalistika* [Bulletin of the Saint Petersburg state University. Philology Series. Orientalism. Journalism], no. 3, pp. 181-187.
- Ballard-Reisch, D. (2006), *China beach and tour of duty: American television and revisionist history of the Vietnam War*. *Journal of Popular Culture*. 1991. Vol. 25, no. 3, pp. 135-149. DOI: 10.1111/j.0022-3840.1991.00135.x.
- Brants, K., Praag, P. van. (2006), *Signs of media logic half a century of political communication in the Netherlands*. *Javnost .The Public*. Vol. 13, no. 1, pp. 27-41. DOI: 10.1080/13183222.2006.11008905.

- Bredi, R. (2008), *Sovremennyye problemy osveshcheniya vneshnepoliticheskikh konfliktov (opyt amerikanskoj zhurnalistiki)* [Modern problems of coverage of foreign policy conflicts (experience of American journalism)], St. Petersburg, Roza mira publ., 211 p.
- Cottle, S. (2006), *Mediatized Conflict. Developments in media and conflict studies*. Maidenhead, England: Open University Press, 217 p.
- Dittmar, L., Michaud, G. (1990), *From Hanoi to Hollywood: the Vietnam War in American film*. London: Rutgers University Press, 389 p.
- Grishina, O.A. (2004), Aktualizaciya koncepta Amerika v sovremennom russkom yazyke (na materiale publicisticheskikh tekstov) [Updating the concept of America in modern Russian (based on publicistic texts)], Abstract of Dissertation, Arkhangelsk, 22 p.
- Gruzberg, L.A. (2002), Koncept, ili Otchego Amerika – koncept, a Finlyandiya – net? [Concept, or Why is America a concept and Finland not?]. *Filol. nauch.-metod. kul'turno-prosvetit. zhurnal Perm. gos. pedagog. un-ta*. [Philological scientific and methodological cultural and educational journal of the Perm state pedagogical University], Vol. 1, pp. 58-61.
- Hallin, D.C. (1984), The media, the war in Vietnam, and political support: a critique of the thesis of an oppositional media. *Journal of Politics*. Vol. 46, no. 4, pp. 1-24. DOI: 10.2307/2130432
- Hjarvard, S. (2008), The Mediatization of Society A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review* 29 (2), pp. 105-134.
- Issers, O.S. (2012), *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoj rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech], Moscow, LKI publ., 304 p.
- Klushina, N.I. (2012), *Vlast', SMI i obshchestvo (strategiya i taktiki formirovaniya obshchestvennogo mneniya)* [Power, media and society (strategy and tactics for forming public opinion)]. *Yazyk SMI i politika* [Media language and politics], Moscow, Moscow University publ., pp. 262-283.
- Kudankina, O.A. (2005), Aktualizaciya koncepta Germaniya v rossijskoj publicistike [Updating the concept of Germany in Russian journalism], Dissertation, Kemerovo, 166 p.
- Kupina, N.A. (2015), *Totalitarnyj yazyk: Slovar' i rechevye reakcii* [Totalitarian language: Vocabulary and speech responses], 2nd ed., Yekaterinburg: Ural University publ., 186 p.
- McQuail, D. (2006), On the mediatization of war: a review article. *The international communication gazette*, Vol. 68, no. 2, pp. 107-118. DOI: 10.1177/1748048506062227.
- (2009), *NSIZ – Novye slova i znacheniya: slovar'-spravochnik po materialam pressy i literatury 90-h godov XX veka v 2 t.* [New words and meanings: dictionary-reference guide to the press and literature of the 90-ies of the 20th century], Vol.1, Ed. T. N. Buceva, St.Petersburg, Dmitry Bulanin, 813 p.
- Petersen, N. (1998), The Coverage of the Vietnam War in an organizational context: the ABC and CBC experience. *Canadian Journal of Communication*, Vol. 23, no 4. pp. 455-470. DOI: 10.22230/cjc.1998v23n4a1059.
- Robinson, P. (2001), Theorizing the influence of media on world politics: models of media influence on foreign policy. *European Journal of Communication*, Vol. 16, no. 4. pp. 523-544. DOI: 10.1177/0267323101016004005.

- Romanenko, A.P. (2000), *Sovetskaya slovesnaya kul'tura: obraz ritora* [Soviet verbal culture: the image of a rhetorician], Saratov, Saratov University publ., 121 p.
- Sapieva, S.K. (2015), *Koncept Kavkaz v rossijskom lingvokul'turnom prostranstve: Kognitivno-diskursivnyj aspekt* [The concept of the Caucasus in the Russian linguistic and cultural space: a Cognitive-discourse aspect], Dissertation, Majkop, 227 p.
- Shcherbak, A.S. (2008), *Regional'naya onomastika v kognitivnom aspekte* [Regional onomastics in the cognitive aspect], Tambov, TGU im. G.R. Derzhavina; OOO "Centr-press" publ., 197 p.
- Shi Sya, (2008), *Koncept KITAJ v rusском obydenном yazykovom soznanii* [The concept of CHINA in the Russian linguistic consciousness of the ordinary], Abstract of Dissertation, Moscow, 24 p.
- Superanskaya, A.V. (1985), *Chto takoe toponimika?* [What is toponymy?], Moscow, Nauka publ., 177 p.
- Thompson, J.B. (1990), *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Oxford: Polity Press, 370 p.
- Yuryeva, I.A. (2008), *Koncept Rossiya kak fragment russkoj nacional'noj kartiny mira period XX – nachala XXI vv.* [The concept of Russia as a fragment of the Russian national picture of the world period of the 20th-early 21st centuries], Abstract of Dissertation, Chelyabinsk, 23 p.

STRATEGY OF POSITIVE MEDIATIZATION OF WAR IN VIETNAM (BASED ON NEWSPAPERS "PRAVDA" AND "KOMSOMOL'SKAYA PRAVDA", 1965)

I.T. Vepreva¹, Uong Minh Tuan²

^{1,2} *Ural Federal University named after first President of Russia B.N. Yeltsin
(Yekaterinburg, Russia)*

Abstract: The article is devoted to the analysis of the strategy of positive mediatization of the Vietnamese War in the Soviet media. The theoretical basis of the work is the concept of *mediatization of politics* developed as a term in the era of global informatization when the perception of social conflicts and their evaluation are actively formed by the mass-media. The projection of this concept to the events of 1965-1973 allows identifying the features of coverage of the military conflict in the Soviet media which are the mouthpiece of the official authorities. The material for the research is the newspaper resources in "Pravda" and "Komsomol'skaya pravda" for 1965 which is the starting point of the beginning of the USSR's military assistance to fighting Vietnam. Two polar substrategies of mediatization of the image of Vietnam are found and characterized, based on opposition of *ours* and *theirs*: the substrategy of the heroization of the Vietnamese people and the substrategy of the accusation and condemnation of the external aggressor – the United States. The opposition of *ours* and *theirs* is value oriented. The representation of *ours* and *theirs* dichotomy by means of a totalitarian language has identified hypertrophied and simplified evaluation in the designation of ours and theirs. The first group is characterized by an absolutely positive evaluation, the

second is absolutely negative. Among the linguistic means of implementing the substrategy of accusation and condemnation of the external aggressor, evaluative epithets, metaphorical nominations, political labels with negative evaluative connotation, and slogan headings of the accusatory and condemning type are found. The substrategy of the heroization of the Vietnamese people has formed a general idea of the national character of the Vietnamese. The positive mediatization of the Vietnam War has resulted in the enrichment of the meaning of the concept of *Vietnam*. In the Russian linguistic consciousness, there formed positively estimated views about the Vietnamese as a friendly, hardworking, heroic nation, capable of defending their independence.

Key words: strategy, mediatization, onomastic concept *Vietnam*, *ours* and *theirs* opposition, evaluation.

For citation:

Vepreva, I.T., Uong Minh Tuan (2020), Strategy of positive mediatization of war in Vietnam (based on newspapers "Pravda" and "Komsomol'skaya pravda", 1965). *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 2, pp. 351-364. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).351-364. (in Russian)

About the authors:

¹ **Vepreva, Irina Trofimovna**, Prof., Professor of the Department of Russian Language, General Linguistics and Speech Communication

² **Uong Minh Tuan**, Postgraduate Student of the Department of Russian Language, General Linguistics and Speech Communication

Corresponding authors:

^{1,2} Postal address: 51, Lenina pr., Yekaterinburg, 620000, Russia

¹ E-mail: irina_vepreva@mail.ru

² E-mail: uongminhtuan76@gmail.com

Acknowledgements:

This work was supported by the Russian Foundation for Basic Research (project No. 19-012-00399A "Axiological potential of modern Russian metaphor")

Received: February 7, 2020

Revised: February 17, 2020

Accepted: May 15, 2020

СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ЛЕГИТИМАЦИИ В КОРПОРАТИВНОМ ДИСКУРСЕ

И.П. Ромашова

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)

Аннотация: В статье предлагается типология стратегий и тактик легитимации. Лингвистическая трактовка понятий «легитимность» и «легитимация» опирается на теорию легитимности и дискурсивных механизмов ее обеспечения, сложившуюся в направлении «критический дискурс-анализ» (CDA), а также на труды отечественных лингвистов о средствах обеспечения авторитетности и доверия к дискурсу (В.Б. Кашкин, Н.С. Рядовая, А.А. Малышев). Под легитимацией понимаются дискурсивные практики (жанры, стратегии и тактики) обеспечения позитивного отношения общества к социальному институту. В качестве материала использованы 120 текстов корпоративного дискурса, размещенные на сайтах компаний, в корпоративных изданиях, в имиджевых буклетах, в СМИ. Изучение теоретических источников, собственного языкового материала позволяет автору статьи говорить о том, что отечественные корпорации целенаправленно используют определенные жанры, речевые стратегии и тактики для обеспечения позитивного отношения к своей деятельности со стороны значимых целевых аудиторий. Анализ показал, что для обеспечения легитимации в корпоративном дискурсе применяют две основные стратегии: создания образов лояльных целевых аудиторий (внешней и внутренней) и построения позитивного образа самой корпорации. Основной акцент в статье сделан на второй стратегии и языковых тактиках ее реализации. Широкий спектр выявленных тактик свидетельствует о значимости процесса легитимации для корпораций. Также было установлено, что большая часть текстов, обеспечивающих легитимацию, относится к PR-текстам, что позволяет сделать вывод о дискурсивных PR-практиках как стандартных способах обеспечения легитимации.

Ключевые слова: легитимность, легитимация, речевые стратегии и тактики, корпоративный дискурс.

Для цитирования:

Ромашова И.П. Стратегии и тактики легитимации в корпоративном дискурсе // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 2. С. 365–376. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).365-376.

Сведения об авторе:

Ромашова Инна Петровна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики

Контактная информация:

Почтовый адрес: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

E-mail: romashova.inna@gmail.com

Дата поступления статьи: 31.08.2019

Дата рецензирования: 21.09.2019

Дата принятия в печать: 15.05.2020

Постановка проблемы и задачи

Социально-философские теории легитимности и легитимации в 90-е гг. XX вв. были взяты на вооружение зарубежными специалистами в области критического дискурса-анализа: Т. ван Лейвенем, Т.А. ван Дейком, Р. Бриз и др. Опираясь на концепции социологов и философов о том, что многие способы «оправдания власти и господства», повышения авторитетности социального института и доверия к нему носят языковой характер, они систематизируют дискурсивные практики легитимации. Т.А. ван Дейк придает легитимации риторический и тактико-стратегический характер: «Стратегии легитимации и делегитимации также дискурсивны и включают в себя обычные способы позитивной самопрезентации и негативное представление “другого”» [Dijk van 1998: 260]. Анализу подвергнут тактико-стратегический репертуар легитимации в политическом [Dijk van 1998; Zhu, McKenna 2012], экономическом и в бизнес-дискурсах [Leeuwen 2008; Leeuwen 2013; Vaara, Tiennary 2008; Vaara 2014; Breeze 2012]. Можно говорить об определенных достижениях КДА в изучении легитимации, тем не менее Т.А. ван Дейк все же констатирует, что понятие легитимации менее изучено, чем, скажем, понятия вежливости или убеждения, «хотя легитимация является значимой функцией использования языка и дискурса» [Dijk van 1998: 256]. Кроме того, в число стратегий легитимации специалисты КДА включают и дискурсивные, и социальные практики, не всегда четко их дифференцируя.

В отечественной дискурсологии изучение дискурсивных практик легитимации ведут в основном социологи и философы [Скиперских 2007; Вертешин 2009]. Лингвистических работ по проблематике легитимности и легитимации недостаточно. Так, Е.И. Шейгал в качестве одной из функций политического дискурса называет «легитимизацию власти», понимая под этим «объяснение и оправдание решений относительно распределения власти и общественных ресурсов» [Шейгал 2000: 36]. Н.С. Рядовая, А.А. Малышев рассматривают стратегии и тактики «легитимизации» в спортивном и политическом дискурсах [Рядовая 2013; Малышев 2017]. Отметим, что в целом ряде работ термины «легитимность» и «легитимация» не применяются, однако поднимаемые в них вопросы укрепления доверия к дискурсу позволяют отнести их к той же проблемной области [Авторитетность и коммуникация 2008; Кашкин 2010]. В русистике ис-

следования способов формирования положительного отношения к социальному явлению пока разрознены и не увязываются с проблематикой изучения дискурсивных механизмов легитимации. Сказанное делает актуальным как разработку теоретических аспектов легитимации, так и исследование лингвистических ресурсов ее обеспечения.

Анализ теоретических источников дает основание определить легитимность как позитивное восприятие института целевыми аудиториями, которое обеспечивается в процессе легитимации. Тогда под легитимацией мы будем понимать процесс применения дискурсивных практик и технологий, обеспечивающих одобрение института и его деятельности в обществе. «Одобрение» может быть реакцией социума на практики института и возникать естественным путем, но в современном обществе социальные акторы предпочитают целенаправленно применять определенные дискурсивные практики для того, чтобы сформировать положительное мнение общественности о своей деятельности.

Подход к легитимации как процессу, имеющему цель и известный набор дискурсивных средств для ее достижения, придает понятиям «легитимность» и «легитимация» тактико-стратегический, прагматический характер. В работах Т. ван Лейвена, Е. Ваара, Дж. Тьерани, Р. Саддаби и Р. Гринвуда легитимацию обычно представляют в виде стратегий и тактик: «В CDA это явление было концептуализировано в понятии “стратегий легитимации” – конкретных способов мобилизации дискурсивных ресурсов для создания ощущения легитимности или нелегитимности» (перевод мой. – И.П.) [Vaara, Tiennary 2008: 985]. Поэтому актуальной представляется цель изучения собственно речевых стратегий и тактик легитимации на примере корпоративного дискурса (здесь и далее КД. – И. П.).

2. Описание материала и методов исследования

В качестве материала для исследования было использовано более 120 текстов: пресс-релизы, материалы с сайтов компаний, корпоративные гимны, имиджевые PR-тексты компаний, размещенные в СМИ. В качестве методики использовался прагмалингвистический и когнитивно-дискурсивный анализ.

3. Представление результатов проведенного анализа

Анализ показал, что для обеспечения позитивного отношения в КД применяют две ключевые стратегии: создание образов лояльных целевых аудиторий (внешней и внутренней) и построение позитивного образа самой компании. Поскольку анализ стратегии создания образа лояльной аудитории уже был представлен в одной из наших публикаций [Ромашова 2013], в настоящей статье внимание сосредоточено на второй стратегии. Она представлена достаточно широким спектром частных стратегий и тактик, в связи с чем к ней целесообразно применить термин «гипер-

стратегия». Среди частных стратегий конструирования положительного образа корпорации нами выделены:

- стратегия акцентирования внимания на законности деятельности корпорации,
- стратегия формирования образа компании, авторитетной в своей сфере;
- стратегия создания образа престижной корпорации;
- гиперболизация образа корпорации.

Первая стратегия – **акцентирование внимания на законности деятельности** корпорации – реализуется с помощью ряда тактик:

- 1) ссылка на тексты тех дискурсов, которые призваны подтвердить законность деятельности (юридического, административного);
- 2) ссылка на внутренние нормативные документы, регулирующие деятельность компаний (кодексы, инструкции, приказы, распоряжения и пр.);
- 3) признание легитимности деятельности корпорации авторитетными персонами или внутренней аудиторией.

Приведем примеры реализации каждой из названных тактик.

Об обеспечении легитимности через ссылки на соответствующие законы пишет в одной из своих работ Т.А. ван Дейк [Дейк ван 2009б: 41]. Легитимирующим эффектом обладают ссылки на решения административных, судебных органов, на юридические и административные документы в официально-деловых, PR-, масс-медийных текстах КД: *Беспрецедентное решение суда, подтвердившего **легитимность** собрания собственников БЦ “Купеческий двор”* (пресс-релиз); *Подтверждение **легитимности** бизнеса* (Бизнес-курс. 2016. № 15); *Вступило в **законную** силу решение суда, подтвердившее легитимность...* (сайт НПО «Мостовик», www.mostovik.ru 15.02.2014).

Легитимирующим эффектом обладают ссылки на внутренние и внешние юридические и административные тексты (в констатирующей части официально-деловых документов): *в соответствии с ... (договором, распоряжением, приказом, указанием, инструкцией); на основании (распоряжения, приказа, постановления); согласно (распоряжению, приказу)*. Подобная ссылка легитимирует действия корпорации, делает прозрачным основание для оценки ее деятельности как законной.

Законность деятельности подтверждается через апелляцию к мнению авторитетных лиц, экспертов: *Полномочный представитель Правительства РФ, заслуженный юрист Михаил Барщевский считает действия компании **законными*** (Российская газета. 12.02.2013); *Компетентный эксперт по доходам считает рассылки предупреждений вполне **законной** практикой девелоперской компании* (пресс-релиз компании «Сити-XX век». 01.02. 2013).

Вторая стратегия (**конструирование образа авторитетной корпорации**) заключается в создании имиджа компании как авторитетного субъекта профессиональной деятельности, эксперта в своей области. Ученые Воронежского государственного университета ввели понятие «дискурсивная категория авторитетности», которая находит выражение в использовании определенных речевых тактик, основными из которых исследователи называют ссылки на авторитетные дискурсы и свидетельства известных, популярных, авторитетных личностей [Авторитетность и коммуникация 2008]. В КД для доказательства авторитетности используются следующие тактики:

- (1) перечисление достижений корпорации, званий, регалий ее специалистов;
- (2) выступление представителей корпорации в качестве экспертов в СМИ;
- (3) ссылки на мнение лиц / институтов, подтверждающих компетентность сотрудников корпорации и ее руководства.

Рассмотрим каждую из тактик на примерах.

Одним из убедительных доказательств авторитетности в профессиональной среде служит перечень регалий субъекта легитимации: *По итогам прошлого года пиво «Светлое» вошло в список «Ста лучших товаров России»* (Эксперт. 2008); *В конкурсе «Лучший про профессию» в 2017 году пальму первенства отдали Ольге Акимовой, судебному приставу-исполнителю отдела судебных приставов по Уссурийскому городскому округу* (fssprus.ru. 23.12. 2017).

Вторая тактика заключается в том, что представители компании выступают в роли экспертов в СМИ или подчеркивают эту роль в текстах КД: *Сотрудники колледжа являются экспертами региональных чемпионатов и конкурсов профессионального мастерства* (www.musart22.ru. 24.09.2014); *В своем интервью директор «Атлант-М» отметил: “Накопленный опыт позволяет нам быть экспертами в области выбора автомобиля”* (корпоративное издание «Эксперт Ю». 23.04.2017).

Третья тактика заключается в ссылке на мнение авторитетных лиц, подтверждающих компетентность субъекта легитимации: *Безалкогольный напиток «Крейзи-кола» произвела сенсацию в 2003 году. Известный маркетолог Джек Траут посвятил прорыву «Крейзи колы» целую главу в своей последней книге* (Бизнес-курс. 2006); *Президент Украины В. Янукович заявил, что ОАО “Одесский кабельный завод” является одним из ведущих отраслевых заводов Украины* (газета «Одесский кабельный завод». 2009. № 1).

Рассмотрим третью стратегию – конструирования образа престижной корпорации. Толковые словари определяют прилагательное «престижный» как *имеющий высокий социальный престиж*, а «престиж», в свою очередь, трактуется через синонимы *«влиятие, уважение, кото-*

рым пользуется кто-то-н.» [СОШ 1994: 575]. В словарных дефинициях и в примерах сочетаемости («охранять, поддерживать, ронять свой престиж») подчеркивается инструментальная сущность этой социальной характеристики. Лингвистический аспект трактовки «престижного» затрагивается в работах по проблематике построения имиджа и имиджевых коммуникаций. Имиджеологи отмечают, что субъект легитимации целенаправленно работает над созданием образа престижной организации, однако дискурсивные практики формирования этого образа пока не были систематизированы в лингвистике.

В КД стратегия легитимации на основе создания образа «престижной» организации воплощается с помощью следующих тактик:

1) самохарактеристика с помощью лексем с корнем *престиж-*, в том числе в официальных названиях корпорации: *Престижная компания расширяет штат сотрудников* (объявлений о работе на сайте test.cccp3d.ru 12.10.2016); см. также названия компаний: *"Престижная компания "ТМГ 21 век"*, *«Престиж»*, *«Престиж-интерьер»* и др.;

2) косвенная характеристика корпорации как престижной через причисление к группе престижных организаций: *ОмГУ, наряду с другими престижными государственными вузами...* (сайт вуза omsu.ru 06.09.2014); *Каждая престижная компания, которая хочет добиться успеха, должна ценить, уважать и поощрять свои кадры. В DeSheli схем достойной мотивации очень много* (корпоративный сайт desheli.com.ua 15.11.2017);

3) указание на высокий рейтинг объекта легитимации: *Универсам № 76 относится к крупнейшим магазинам Москвы. Его заслуженно высокая репутация подтверждается многочисленными наградами и высоким рейтингом в сети Интернет* (universam76.ru 15.11.2017); *Компания ММК Metalurji признана лучшим региональным работодателем по рейтингу компании Headhunter* (имиджевая статья в: Аргументы и факты. 02.10. 2014);

4) указание на престижные награды, обладателем которых является компания: *Компания AmaWaterways получила две престижные награды: стала "Лучшей Компанией по Речным круизам" в 2017 году и получила первое место за «Лучший бортовой дизайн!»* (www.inflotravel.ru/news/article/969696 23.12.2016).

Наконец, четвертая стратегия заключается в создании масштабного образа корпорации, играющей эпохальную роль в жизни людей. Мы назвали ее стратегией гиперболизации. Эта стратегия воплощается в текстах корпоративных миссий, в корпоративных гимнах, в клятвах верности компании, в рекламных текстах. Проанализируем стратегию гиперболизации на примере корпоративных гимнов. В настоящее время гимны имеют очень многие предприятия, крупные и средние компании, учебные заведения, государственные структуры: (1) *Ты помнишь славный день, когда Открыла дверь перед тобою СОКПБ, чтоб навсегда Стать и надеждой, и судьбою.*

Привез: Пусть год пройдет иль много лет, В любви к работе время мчится. Мы дали верности обет Психиатрической больнице; (2) Есть на свете мир чудесный, Миллионам он известный, И зовется этот мир Mail.ru. В этом царстве звездных блогов Поселились все надолго. Говорят, комфорт тут как в раю.

Главный герой корпоративных гимнов – компания – получает в текстах разнообразные гиперболические метафорические обозначения: *рай; мир чудесный (мир красоты); планета (любви, сказок, счастья); царство звездных блогов; место, где ночует сказка, там любовь и ласка*, но в любом случае речь идет о локусе больших масштабов (*мир, вселенная, планета, галактика*), чаще фантастическом, чем реальном (*сказка, рай, волшебный мир, страна мечты*).

В текстах гимнов ярко выражена идея исключительно важной, все-ленской миссии компании, обозначенная прямо или метафорически: *«Донской табак», а нам все по плечу! И все свершения возможны!; Да возрадуются люди, Красота во всем пребудет, И добрей планета станет На века, на века* (косметическая компания «Мир красоты»).

Гиперболический образ корпорации создается благодаря идее тотального охвата ее деятельностью:

– сотрудников: *Каждую минуту чтим тебя, моя семья – Компания (отель «Мечта»); Ведь цель одна связала крепко нас (Ленгипротранс);*

– клиентов, их жизненных ситуаций и эмоций: *Нас знают во всем мире (Северсталь); Знай, что "Interfreight Rīga" всегда с тобой!;*

– товаров и услуг: *Каждый, кто любит БигМак, не может забыть нас никак» (Макдональдс Россия);*

– пространства и времени: *Сокращаем время мы и расстоянья (Interfreight Rīga); звезды и планеты; Во вселенной мы не посторонние (Суэк).*

Масштабность деятельности корпорации подчеркивается через использование прецедентных имен собственных: *Россию мы не подведем (Северсталь); Если есть вопрос к погоде Или к Путину Володе, То Mail.ru найдет на все ответ; И скажем без обиняков, что мордой в грязь мы не ударим, и это подтвердит Лужков (ИМА-консалтинг).*

В текстах создан героический образ титанического труда сотрудников: они *отважные сыны-первопроходцы (Енисейское речное пароходство); не зная усталости, сна и тревоги, трудимся мы ради блага страны (Ленгипротранс).*

Легитимирующий эффект стратегии гиперболизации рассчитан на то, чтобы образ корпорации вызвал у сотрудников необходимые компании позитивные чувства:

– гордость: *А сегодня стало гордостью реки Енисейское речное пароходство!; Наше студенчество – гордость отечества (Институт экономики и предпринимательства);*

– радость, счастье: *Счастье бьет ключами (Селеновый дар); Да возрадуются люди (Мир красоты);*

– единение: *И мы, студенты, будем вместе – вместе и навсегда!* (факультет филологии ОмГУ); *радугой счастья наполнит мечты – в этом мире вместе я и ты (Селеновый дар);*

– надежность: *У всей Руси нет надежней нас поставщика; Надежный механизм огромнейшей страны;*

– дружба, любовь: *Любимый мой завод "Теплообменник";* Это наша с тобой большая любовь в ваших окнах огни зажигает (Гимн энергетиков МРСК Центра);

– комфорт, тепло: *комфорт тут как в раю (Селеновый дар); они согрели край морозный теплом и щедростью души.*

4. Основные выводы исследования

Подведем итоги анализа дискурсивных стратегий и тактик легитимации, применяемых в КД. Анализ приводит к пониманию легитимации как процесса конструирования общественного мнения, осуществляемого с помощью ряда стандартизованных дискурсивных практик. Исследование позволило выявить широкий спектр жанров, стратегий и тактик легитимации, что свидетельствует о значимости данной функции для изучаемого дискурса. Было установлено, что большая часть текстов, обеспечивающих легитимацию, относится к PR-текстам, что позволяет сделать вывод о дискурсивных PR-практиках как основных средствах обеспечения легитимации. В ходе анализа было выявлено, что гиперстратегия положительной самопрезентации реализуется через ряд субстратегий, позволяющих представить корпорации как легальные, авторитетные, престижные, значительные. Добавим, что перечисленные смыслы дают возможность расширить представление о семантике легитимности как когнитивного эффекта восприятия, необходимого субъекту легитимации.

Список литературы

Авторитетность и коммуникация: коллективная монография / отв. ред. В.Б. Кашкин. Вып. 4. Серия «Аспекты языка и коммуникации». Воронеж: Воронежский государственный университет, 2008. 216 с.

БЭС – Большой экономический словарь / под ред. А.Б. Борисова. М.: Книжный мир, 2006. 860 с.

Вертешин А.И. Медиалегитимация политической власти в современной России: авторф. дис. ... д-ра политич. наук. СПб., 2009. 46 с.

Гринин Л.Е. Кортаев С.В. Психология и социология феномена славы // Историческая психология и социология истории. 2010. Т. 3. № 2. С. 98 – 124.

Дейк ван Т.А. Воинствующая риторика мелкого союзника: политические импликации и легитимация Аснаром войны в Ираке // Современный дискурс-анализ: Методология: эмпирические импликации. 2009. Вып. 1. Т. 2. С. 38–64.

- Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: монография. Омск: Омск. гос. ун-т, 1999. 284 с.
- Кашкин В.Б.* Введение в теорию дискурса: учебное пособие. М.: Восточная книга, 2010. 152 с.
- Мальшиев А.А.* Речевая легитимизация насилия в современной спортивной журналистике // Век информации. 2017. № 1. С. 121–130.
- Ромашова И.П.* «Номо легитимирующий»: Дискурсивные практики моделирования образа // Политическая лингвистика. 2013. № 4 (46). С. 145–150.
- Рядовая Н.С.* Сопоставительный анализ аргументативных стратегий политического дискурса в кризисной ситуации (на материале речей президентов США и России): автореф. дис ... канд. филол. наук. М., 2013. 27 с.
- Скиперских А.В.* Механизмы легитимации политической власти на постсоветском пространстве: дис ... д-ра политич. наук. Воронеж, 2007. 379 с.
- СОШ – *Ожегов С.И., Шведова Н.Ю.* Толковый словарь русского языка: 72500 слов и 7500 фразеологических выражений / Российская АН; Российский фонд культур. М.: АЗЪ, 1994. 907 с.
- Шейгал Е.И.* Семиотика политического дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. 324 с.
- ЭСЭИП – Энциклопедический словарь экономики и права. URL: <http://finance-times.ru/glossary/diceconomiclaw/?dicltr=OJw=> (дата обращения: 10.09.2019).
- Breeze R.* Legitimation in corporate discourse: Oil corporations after Deepwater Horizon [Online version] // Discourse & Society. 2012. DOI: 10.1177/0957926511431511.
- Dijk T. van.* Ideology: A Multidisciplinary Approach. London, Thousand Oaks and New Delhi, Sage Publications, 1998. 365 p.
- Leeuwen van Th.* Discourse and practice: New Tools for Critical Discourse Analysis. Oxford; N.Y.: Oxford University Press, 2008. 172 p. DOI: 10.1093/acprof:oso/9780195323306.001.0001.
- Leeuwen van Th.* Legitimation in discourse and Communication // Critical Discourse Analysis. V. 1. Concept. History. Theory/ ed. by R. Wodak. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: SAGE, 2013. P. 327–350.
- Saddaby R., Greenwood R.* Rhetorical Strategies of Legitimacy // Administrative Science Quarterly. 2005. P. 35–67. URL: <https://www.ualberta.ca/business/roys-uddaby/Research/> (дата обращения: 12.08.2008). Ссылки на автора в тексте нет, только 2008 г.
- Vaara E., Tienary J.* A discursive perspective on legitimation strategies in multinational corporation // Academy of Management Review. 2008. Vol. 33. № 4. P. 985–993. DOI: 10.5465/AMR.2008.34422019.
- Vaara E.* Struggles over Legitimacy in the Eurozone Crisis: Discursive Legitimation Strategies and Their Ideological Underpinnings // Discourse & Society. 2014. Vol. 25 (4). P. 500–518.
- Zhu Y., McKenna B.* Legitimizing a Chinese takeover of an Australian iconic firm: Revisiting models of media discourse of legitimacy // Discourse and Society. 2012. Vol. 23. P. 525–552. DOI: 10.1177/0957926512452971.

References

- (2008), Avtoritetnost' i kommunikatsiya [Authority and communication], Collective Monograph., Voronezh, VSU; Aleinikov Publishing House. 216 p. (in Russian)
- (2006), Bol'shoy ekonomicheskii slovar' [Big economic dictionary], Borisova A.B. (Ed.). Moscow, 860 p.
- Breeze, R. (2012), Legitimation in corporate discourse: Oil corporations after Deepwater Horizon. *Discourse & Society*. DOI: 10.1177/0957926511431511.
- Dejk, T. van. (1998), *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London, Thousand Oaks and New Delhi, Sage Publications. 365 p.
- Dejk, van T.A. (2009), Voinstvuyushchaya ritorika melkogo soyuznika: politicheskiye implikatury i legitimatsiya Asnarom voyny v Irake [Militant rhetoric of a petty ally: political implications and legitimization by Asnar of the Iraq war], *Modern Discourse Analysis: Methodology: Empirical Implications*, Iss. 1, Vol. 2, pp. 38-64. (in Russian)
- Entsiklopedicheskii slovar' ekonomiki i prava [Encyclopedic Dictionary of Economics and Law], Moscow, available at: <http://finance-times.ru/glossary/diceconomic-law/?dicltr/=OJw=>. (accessed date: July 12, 2018). (in Russian)
- Grinin, L.Ye. Korotayev, S.V. (2013), Psikhologiya i sociologiya fenomena slavy [Psychology and sociology of the phenomenon of glory], *Historical psychology and sociology of history*. Vol. 3, No. 2, pp. 98-124. (in Russian)
- Issers, O.S. (1999), Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi [Communicative strategies and tactics of Russian speech], Omsk, 284 p. (in Russian)
- Kashkin, V.B. (2010), Vvedeniye v teoriyu diskursa [Introduction to discourse theory], Moscow, 152 p. (in Russian)
- Leeuwen, van Th. (2008), *Discourse and practice: New Tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford; N.Y.: Oxford University Press. 172 p. DOI: 10.1093/acprof:oso/9780195323306.001.0001.
- Leeuwen, van Th. (2013), Legitimation in discourse and Communication. *Critical Discourse Analysis*. V. 1. Concept. History. Theory / ed. by R. Wodak. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: SAGE. pp. 327-350.
- Malyshev, A.A. (2017), Rechevaya legitimizatsiya nasiliya v sovremennoy sportivnoy zhurnalistike [The legal legitimization of violence in modern sports journalism], *Century of information*, No. 1, pp. 121-130. (in Russian)
- Ozhegov, S.I., Shvedova, N.Yu. (1994) *Tolkovyy slovar' russkogo yazyka* [Explanatory Dictionary of the Russian Language], Moscow, 907 p.
- Romashova, I.P. (2013), "Homo legitimiruyushchii": Diskursivnyye praktiki modelirovaniya obraza ["Homo legitimizing": Discursive image modeling practices], *Poetical linguistics*, Yekaterinburg, No 4 (46), pp. 145-150. (in Russian)
- Ryadovaya, N.S. (2013), Sopostavitel'nyy analiz argumentativnykh strategiy politicheskogo diskursa v krizisnoy situatsii (na materiale rechey prezidentov SSHA i Rossii) [Comparative analysis of argumentative strategies of political discourse in a crisis situation (based on the speeches of the presidents of the USA and Russia)], Dissertation, Moscow, 27 p. (in Russian)
- Saddaby, R., Greenwood, R. (2008), Rhetorical Strategies of Legitimacy. *Administrative Science Quarterly*. pp. 35-67, available at: <https://www.ualberta.ca/business/roysuddaby/Research/> (accessed date: August 12, 2008).

- Skiperskih, A.V. (2007), *Mekhanizmy legitimatsii politicheskoy vlasti na postsovetskom prostranstve* [Mechanisms of legitimization of political power in the post-Soviet space]: Dissertation, Voronezh, 379 p. (in Russian)
- Sheygal, Ye.I. (2004), *Semiotika politicheskogo diskursa* [Semiotics of political discourse], Moscow, 324 p. (in Russian).
- Vaara, E., Tienary, J. (2008), A discursive perspective on legitimation strategies in multinational corporation. *Academy of Management Review*, Vol. 33, No. 4, pp. 985-993. DOI: 10.5465/AMR.2008.34422019.
- Vaara, E. (2014), Struggles over Legitimacy in the Eurozone Crisis: Discursive Legitimation Strategies and Their Ideological Underpinnings. *Discourse & Society*. Vol. 25 (4), pp. 500-518.
- Verteshin, A.I. (2009), *Medialegitimatziya politicheskoy vlasti v sovremennoy Rossii* [Media-legitimation of political power in modern Russia], Dissertation, SPb. 47 p. (in Russian)
- Zhu, Y., McKenna, B. (2012), Legitimizing a Chinese takeover of an Australian iconic firm: Revisiting models of media discourse of legitimacy. *Discourse and Society*, Vol. 23, pp. 525-552. DOI: 10.1177/0957926512452971.

LEGITIMATION STRATEGIES AND TACTICS IN CORPORATE DISCOURSE

I.P. Romashova

Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)

Abstract: This article proposes a typology of strategies and tactics of legitimation. The linguistic interpretation of the concepts of “legitimacy” and “legitimation”, developed in the article, is based on the following theoretical sources: on the notions of legitimacy and discursive mechanisms for its maintenance, established in the humanities; to the work of linguists studying the discursive mechanisms of legitimation in line with critical discourse analysis (CDA); to the works of domestic discourses, which analyze the means of ensuring credibility and trust in the discourse (V.B. Kashkin, N.S. Ryadovaya, A.A. Malyshev). Following the CDA experts, the author understands legitimation as discursive practices (genres, strategies and tactics) of ensuring a positive attitude of society to a social actor and its discourse. The material used was 120 corporate texts posted on the websites of companies, in corporate publications, in image booklets, and image and information materials of companies posted in the media were also used. A pragmalinguistic analysis of the texts of commercial and state structures allowed the author of the article to identify the key strategies of legitimation, describe tactics, language means of implementing one of the basic strategies of legitimation – the strategy of positive self-presentation. In general, the analysis of the texts showed that the CD uses two main strategies to ensure legitimation: the strategy of creating images of loyal target audiences (external and internal) and the strategy of building a positive image of the corporation itself. The article focuses on the second strategy, on the tactics and language means of its implementation. A wide range of identified tactics testifies to the importance of the legitimation process for corporations. It was also found that most of the texts providing legitimation

relate to PR texts, which allows us to conclude that discursive PR practices are standard ways to ensure legitimation.

Key words: legitimacy, legitimation, speech strategies and tactics, corporate discourse.

For citation:

Romashova, I.P. (2020), Legitimation strategies and tactics in corporate discourse. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 2, pp. 365-376. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).365-376. (in Russian)

About the author:

Romashova, Inna Petrovna, Dr., Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Linguistics

Corresponding author:

Postal address: 55a, Mira pr., Omsk, 644077, Russia

E-mail: romashova.inna@gmail.com

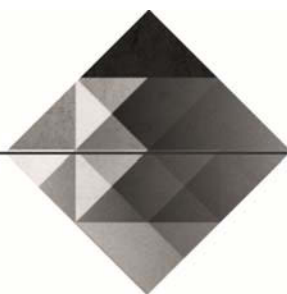
Received: August 31, 2019

Revised: September 21, 2019

Accepted: May 15, 2020

Раздел III

**КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ
В ИССЛЕДОВАНИЯХ
ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА**





Part III

**COMMUNICATIVE ASPECTS
IN STUDIES OF LITERARY TEXTS**

**ПОВЕСТВОВАТЕЛЬНЫЕ СТРАТЕГИИ
В СОВЕТСКОМ ДЕТСКОМ ГРАФИЧЕСКОМ РАССКАЗЕ
(СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РАССКАЗОВ
ПРО УМНУЮ МАШУ С ТЕКСТАМИ Д. ХАРМСА И Н. ГЕРНЕТ)**

А.А. Брыкова

*Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна (Санкт-Петербург, Россия)*

Аннотация: Статья посвящена сопоставлению повествовательных стратегий оригинальных графических рассказов про Умную Машу, вышедших в ленинградском детском журнале «Чиж» в 1934–1937 гг., и переизданных версий тех же рассказов, снабженных текстами Н. Гернет (1965/1969 г.); использование методов синтаксического и прагматического анализов позволяет показать, что обе повествовательные стратегии обнаруживают общие черты, предполагая соблюдение базовых принципов связности и обеспечение хронологического развертывания рассказа. При этом, если повествовательные стратегии оригинальных рассказов ориентированы на актуализацию хронотопа и динамической составляющей сюжета и на уровне предметных реалий во многом дублируют визуальный ряд, обнаруживая много общего с репрезентативно-иконическим типом детского нарратива, то повествовательные стратегии рассказов с текстами Н. Гернет указывают на повышение креолизации, за счет замены предикатов, усложнения приемов референции, использования диалогической формы речи вместо монологической. Изменяется и сам тип нарратива, ориентированный теперь не на «детскую» точку зрения и разговорную манеру, а на «взрослое» повествование, предполагающее открытое взаимодействие с читателем, направление его восприятия и формирование оценок, тем самым рассказы начинают выполнять не игровую, развлекательную функцию, а воспитательную функцию, так как открыто призывают брать за образец поведение Умной Маши.

Ключевые слова: графический рассказ, креолизованный текст, Умная Маша, журнал «Чиж», Н. Гернет, Д. Хармс, вербальный и визуальный ряды.

Для цитирования:

Брыкова А.А. Повествовательные стратегии в советском детском графическом рассказе (сопоставительный анализ рассказов про Умную Машу с текстами Д. Хармса и Н. Гернет) // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 2. С. 379–402. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).379-402.

Сведения об авторе:

Брыкова Александра Андреевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры книгоиздания и книжной торговли

Контактная информация:

Почтовый адрес: 191180, Россия, Санкт-Петербург, пер. Джамбула, 13

E-mail: kakoslik88@yandex.ru

Дата поступления статьи: 11.02.2020

Дата рецензирования: 15.03.2020

Дата принятия в печать: 15.05.2020

Введение

Графические рассказы – серия сюжетно связанных картинок, объединенных заголовком. Будучи разновидностью крелизованного текста (термин Ю.А. Сорокина, Е.Ф. Тарасова [Сорокин, Тарасов 1990: 181]), графический рассказ обнаруживает генетическую связь с лубком, как видом графического искусства [Воронина 1993], имеет ряд общих черт с комиксом [Сонин 1999], однако с прагматической и эстетической точек зрения является более сложным жанром, что определяется спецификой взаимодействия вербального и визуального рядов. В отличие от комикса, где текстовый компонент чаще всего представляет собой прямую речь героев, графический рассказ объединяется в единое целое за счет авторского текста, который может совмещать монологическую и диалогическую речь, перволичный и третьеличный нарратив, вынесенный за пределы изображения. Возможность использовать связное повествование усложняет принципы взаимодействия вербального и визуального рядов и позволяет тексту выполнять не только сюжетообразующую (информативную, динамическую) функцию, но и ряд других функций, характерных для детской литературы, что особенно хорошо показывает анализ повествовательных стратегий¹, обнаруживаемых в текстах советских детских графических рассказов, в первую очередь рассказов про Умную Машу.

Серия рассказов про Умную Машу выходила в ленинградском журнале «Чиж» с 1934 по 1937 гг.: всего за этот период вышло порядка 20 рассказов, сопровождавшихся прозаическим или поэтическим текстами. Автором рисунков к рассказам выступил Б. Малаховский (прототипом Ум-

¹ Под повествовательными стратегиями понимаются речевые стратегии информативных повествовательных жанров, представляющие собой «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Иссерс 2008: 54] – создание целостного сюжетного речевого произведения. Во внимание принимается и когнитивный подход к оценке речевых стратегий, которые «могут быть описаны как совокупность процедур над моделями мира участников ситуации общения» [Баранов, цит по: Иссерс 2008: 53], что представляется необходимым при оценке текстов детской литературы, реализующей в числе прочего и просветительскую функцию.

ной Маши стала дочь Малаховского Катя), автором первого текста к рассказу 1934 года «Как Маша заставила осла везти себя в город» значился Д. Хармс. Авторы текстов к последующим рассказам не указывались, в том числе и потому, что работа над этими текстами, по воспоминаниям сотрудников «Чижа», шла коллективно [Канунникова 2010].

Умная Маша была одним из постоянных персонажей журнала «Чиж», обеспечивавших ему гипертекстовую связность: большой популярностью у читателей пользовались не только графические рассказы с ее участием, но и рубрика «Телефон Чижа», где Маша отвечала на вопросы подписчиков. В свою очередь, популярным для советской детской публицистики был и сам жанр графического рассказа¹: креолизованные тексты подобного рода появлялись, например, в журнале «Еж» (речь идет о рассказах Н. Олейникова про Макара Свирепого, предвосхитивших появление рассказов про Умную Машу) и в журнале «Сверчок», который в 1937 г. издавал все тот же Н. Олейников [Брыкова 2018].

Креолизованные тексты отвечали эстетическим запросам читателей-детей, коррелировали с их коммуникативной и когнитивной компетенцией, одновременно с этим требуя навыков анализа и синтеза информации разных типов – визуальной и вербальной². При этом в 30-е годы прошлого века каноны советского детского графического рассказа находились на стадии формирования, а его создатели стремились решать не только развлекательные, но и просветительские задачи, взаимодействуя с читателями-детьми. В случае с рассказами про Умную Машу нельзя говорить об окончательном складывании жанра, причиной чему были трагические события, далекие от литературы: в 1937 г. Б. Малаховский был обвинен в шпионаже и расстрелян, Д. Хармса в том же 1937 г. практически перестали печатать, пострадали и многие другие работники «Чижа», последний номер которого вышел в июне 1941 г.

¹ В отечественной филологии графический рассказ принято также называть рассказом в картинках [Корнилова 2002: 28], что соответствует английскому термину picturebook. При этом в англоязычной традиции, несмотря на достаточно обширный корпус исследований [Azispe, Style 2016; Nikolaeva, Scott 2000, 2001; Nodelman 1988 и др.], граница между графическим рассказом (graphic story) и рассказом в картинках (picturebook) проводится нечетко (в первую очередь на основе потенциального читателя и уровня сложности сюжета и нарратива [Salisbury, Style 2012: 97–99; Christensen 2017: 155–170]), а большая часть исследований посвящена в основном визуальному компоненту и анализу сюжета, в то время как вербальному компоненту и его взаимодействию с изображением уделяется значительно меньше внимания [Beeck 2018; Nikolaeva 2002], как и лингвистическому анализу текстов в целом [Gressnich 2018]. Это объясняется, вероятно, тем фактом, что в большинстве иностранных рассказов с картинками, исследуемых в приведенных работах, вербальный компонент сильно редуцирован (например, в рассказе Satoshi Kitamura Lily Takes a Walk).

² То, что декодирование визуального образа требует развитого логического мышления, в том числе способности осознавать конвенциональность способов изображения отдельных деталей иллюстраций, хорошо показано в [Nodelman 2002].

Впоследствии в период оттепели Хармс, Малаховский и другие деятели искусства были реабилитированы, что, в числе прочего, сделало возможным переиздание рассказов про Умную Машу, инициатором которого выступила Н. Гернет, чьи тексты и появились в первом и втором переиздании 1965 и 1969 г. соответственно¹.

Н. Гернет была известным советским детским писателем и драматургом, в 30-е гг. являлась одним из главных редакторов «Чижа» (вплоть до 1937 г., когда была снята с должности в связи с тем, что напечатала стихотворение Д. Хармса «Из дома вышел человек»). Она участвовала в создании подписей для первого варианта графических рассказов и стремилась вернуть творчество Б. Малаховского и Д. Хармса детям.

Анализ повествовательных стратегий первоначальных и переизданных графических рассказов с общим визуальным рядом, сопоставление их языкового инвентаря дает возможность проследить изменение канонов жанра, складывающихся с учетом необходимости решать коммуникативные и эстетические задачи, определенные спецификой времени и различными взглядами на феномен детства², средствами двух разных знаковых систем.

Принимая во внимание особенности жанра креолизованного рассказа, наиболее значимыми при анализе вербального компонента представляются маркеры временной локализованности / нелокализованности, способы сюжетного развертывания, способы референции, находящиеся в прямой зависимости от визуальных элементов рассказа и позволяющие преодолевать их статичность и фрагментарность, создать у читателя целостное впечатление от рассказа (именно на эти элементы нарратива обращают внимание при анализе детских устных и письменных текстов повествовательного жанра [Седов 2008: 159–171]).

Общее описание рассказов: сюжет и визуально-вербальная структура

Сюжет рассказов про Умную Машу был довольно прост и сводился к серии «затруднительных положений, из которых ей приходилось выпутываться при помощи неожиданной, всегда остроумной выдумки» [Гер-

¹ Впоследствии именно этот вариант графических рассказов про Умную Машу был переведен на английский, испанский и французский языки, что свидетельствует о популярности издания в СССР и за рубежом [Gernet 1970a, 1970b, 1974].

² В отечественной лингвистике проблема детства поднимается в первую очередь в связи с онтолингвистикой и обширным корпусом работ, посвященных процессам освоения ребенком грамматической системы и языкового инвентаря [классические работы: Выготский 1999; Воейкова 2011; Цейтлин 2017 и др.]. Реже речь идет о формировании коммуникативной компетенции ребенка [Лепская 1997; Лемяскина 2004; Седов 2008] и тем более о способности детской литературы формировать не только коммуникативную компетенцию ребенка, но и его взгляды, что поднимает вопрос о культурной детерминированности феномена детства, отмеченной еще Ф. Арьесом [Арьес 1999], и о возможности описать этот феномен с опорой на прагматический / дискурсивный анализ текстов детской литературы конкретного исторического периода.

нет цит. по: Рауш-Гернет 2007: 57]. Затруднительные положения чаще всего носили бытовой характер (донести тяжелого гуся, убрать сад от листьев, помочь бабушке найти иголку в песке и пр.). Простота сюжета определяла состав визуального ряда, который сводился к 3–7 изображениям, помещенным в первоначальных вариантах рассказа строго на одну страницу формата А4 (рассказы появлялись как внутри журнала, так и на передней и задней сторонах обложки).

Анализ визуальной структуры рассказов разных лет позволяет судить о том, что складывание канонов жанра шло по пути сокращения визуальных элементов: так, первый рассказ 1934 г. «Как Маша заставила осла везти себя в город» – единственный, в составе которого обнаруживается 7 изображений, в то время как во всех остальных рассказах количество изображений составляет 3, 4, реже 6.

Наиболее распространенным композиционно-визуальным приемом становится использование 4-х одинаковых по формату изображений, расположенных по два (слева направо, в соответствии с правосторонним кириллическим письмом¹). Такое количество изображений представляется оптимальным для детского восприятия, так как позволяет охватить весь графический рассказ целиком и обеспечивает рассказу визуальную стабильность: на уровне изображения 4 сюжетные точки представляются равноправными, так как картинки одинаковы по формату². Каждое изображение, в тех рассказах, где вербальный ряд присутствовал, сопровождалось текстом – прозаическим или поэтическим, объединение текстом двух или более изображений не наблюдалось. Нумерация картинок проводилась непоследовательно.

Для издания 1965/1969 гг. было отобрано 13 рассказов, 11 из которых были снабжены подписями (в том числе два из тех, которые в оригинальном варианте подписей не имели). Картинки в каждом из рассказов нумеровались последовательно. Вербальный компонент мог помещаться не только под изображением, но и над ним, выступая в качестве авторского введения в изображаемую ситуацию³. Также в начало книги было помещено вступление от автора. При этом рассказы в сборнике Н. Гернет были расположены в иной последовательности, нежели они печатались в

¹ Расположение картинок в соответствии с направленностью письма – конвенциональное правило организации графических рассказов, нарушение которого нежелательно, так как это может привести к конфликту визуального и вербального рядов [Nikolajeva 2002: 98–99].

² Неодинаковые по формату картинки в сборнике Н. Гернет появлялись только в рассказах «Как Маша ездила в город», «Как Маша убирала сад», где последнее изображение занимало всю нижнюю часть страницы, что объяснялось не столько важностью этого изображения, сколько композиционной необходимостью – большим количеством персонажей и предметов, размещенных на переднем плане.

³ Подобный прием использовался только в первом рассказе сборника «Маша и тяжелый гусь», где текст предвосхищал, но не сопровождал изображения: предполагалось, что читатель сам должен был написать соответствующий текст.

«Чиже»: четкой логики расположения рассказов установить не удастся, несмотря на то, что отдельные рассказы, объединенные общим сезонным хроном, помещаются рядом (например, рассказы «Как Маша училась кататься на коньках» и «Маша и лиса», действия которых происходят зимой). Показательно, что рассказ «Как Маша заставила осла везти себя в город» (в сборнике он называется «Как Маша ездил в город») у Н. Гернет идет шестым и занимает целый разворот, что не дает возможности проследить визуальную эволюцию рассказов.

Сравнение оригинальных текстов и текстов издания 1965/1969 гг. показывает, что Н. Гернет полностью отказывается от поэтических текстов (из 20 исходных проанализированных рассказов поэтическим текстом были снабжены 9, в то время как прозаический текст использовался только в 8 рассказах; 3 рассказа были лишены вербального ряда вовсе) и создает только прозаические подписи, активно используя прямую речь. Количество предложений в рассказах не нормировано и варьируется от 4 до 14 штук (при преобладании простых предложений)¹. В случае подписей, помещенных перед рассказами, наблюдается усложнение синтаксиса: появляются сложные многокомпонентные предложения – сложноподчиненные и с разными видами связи: *И представьте, она [бабушка – А. Б.] совсем не беспокоилась о том, что тащить его [гуся – А. Б.] будет тяжело* (Н. Гернет. Умная Маша. с. 3).

Сюжетная и хронологическая связность рассказов

Одной из важных составляющих вербального ряда графического рассказа становятся элементы связности, которые обеспечивают целостность не только текста, но и всего графического рассказа, в той или иной мере коррелируя с изображением. В первую очередь речь идет о временных маркерах, как указывающих на последовательность смены событий, так и маркерах входа / выхода из ситуации рассказывания.

Маркеры входа / выхода из ситуации рассказывания – значимые элементы рассказа как жанра, тем более необходимые, если учесть, что первоначально рассказы про Умную Машу печатались в журнале, состав которого был представлен самыми разными рубриками и жанрами, и читателям-детям были нужны дополнительные способы отграничения текстов одного жанра от другого. Более последовательно, как в оригинальных текстах, так и в текстах Н. Гернет, используются маркеры выхода из ситуации рассказывания, представленные сочинительным союзом *и*, одиночным или в сочетании с действительным наречием *вот* во вторичном значении или временным наречием *теперь*: *Сначала все было прекрасно. И вдруг стало плохо* [потому что пошел дождь, и вода залила дорогу – А. Б.]. <...> *И опять все стало прекрасно* [потому что Маша сделала

¹ Простые предложения составляют 77 % от общего числа предложений, зафиксированных в 13 графических рассказах (67 из 87).

ходули – А. Б.] (Н. Гернет. Умная Маша. с. 11); **И вот**, таким образом, Маша приехала в город (Чиж. 1934. № 2); **И теперь** Маша может немного отдохнуть (Чиж. 1936. № 11).

Маркеры входа в ситуацию рассказывания не так частотны, вероятнее всего потому, что их функцию, отчасти, берет на себя заголовок, который сам по себе сигнализирует о начале рассказа (вербальный ряд рассказа ограничен, поэтому реализация одной и той же задачи за счет разных вербальных элементов представляется избыточной). В тех случаях, когда маркеры входа в ситуацию рассказывания все же появляются, они представляют собой детерминанты времени, маркеры временной локализованности / нелокализованности, реже глаголы с семантикой хабитативности действия и дейктические наречия: **Каждая утро** кормила Маша воробьев. Они ее за это очень любили (Чиж. 1934. № 8); **Повадилась** лиса лазать в курятник, красть курочек (Н. Гернет. Умная Маша. с. 15); **Вот** осел везет таратайку, а в таратайке едет Маша (Чиж. 1934. № 2). Последний пример взят из первого оригинального рассказа про Умную Машу и указывает на прямую корреляцию между вербальным и визуальным рядом, так как дейктическое наречие призвано привлечь внимание читателя-ребенка к картинке, которая в таком случае представляется более важным элементом рассказа, чем сопровождающий ее текст. Показательно, что это практически единственный случай прямого вербального указания на изображения как в оригинальных текстах, так и в текстах переиздания 1965/1969 гг.: текст стремится не дублировать изображения, а вставать с ним в отношения взаимодополняемости, в том числе за счет активного использования детерминантов времени.

Визуальный ряд фрагментирует сюжет, а расположение изображений на одной странице, позволяющее охватить их одним взглядом, делает их условно равноправными с хронологической точки зрения, и только вербальный ряд дает возможность направить внимание читателя, задать хронологический вектор, облегчить переход от одного изображения к другому. Особенно хорошо это видно при анализе оригинальных текстов первых рассказов, где использование временных детерминантов наиболее последовательно: **Тогда** Маша выпрягла осла из таратайки. И **опять** запрягла его в таратайку, но только хвостом вперед [следующее изображение – А. Б.] **Потом** Маша достала ножницы и срезала у осла кусочек гривы. Осел с удивлением смотрел на Машу (Чиж. 1934. № 2). Временные наречия в начале блоков текста, расположенных под соседними картинками, маркируют переход от одного действия к другому, обеспечивая сюжету хронологическую непрерывность. Помимо временных наречий в оригинальных текстах рассказов используются обстоятельства со словами временной семантики, указывающие на протяженность или повторяемость действия, что позволяет преодолеть статичность изображения: **Надо сделать** ходули – решила Маша. **Через минуту** ходули были готовы (Чиж.

1936. № 3); Но Маша уже бежала из дому с магнитом в руках. Она быстро провела магнитом **раз другой** по песку (Чиж. 1934. № 10).

Не менее важными становятся временные наречия *опять* и *вдруг*, указывающие на значимые сюжетные точки – завязку, кульминацию или развязку сюжета: *И **опять** вышло солнце, и полоскать было очень весело* (Н. Гернет. Умная Маша. с. 6); ***Вдруг** подул ветер. Сейчас упадет чистое белье прямо в пыль!* (Чиж. 1934. № 8). Реже используется наречие *однажды*, маркирующее локализованное во времени действие, которое может быть противопоставлено в оригинальных рассказах нелокализованному во времени действию, маркированному словосочетанием с местоимением *каждый*: ***Каждое утро** кормила Маша воробьев. Они ее за это очень любили. **Однажды** Маша выстирала белье и повесила его сушить* (Там же). При этом на визуальном уровне два этих действия не могут быть разведены, так как указать на хабитативность действия можно только вербально, но не визуально, т. е. на уровне изображения происходит совмещение временных пластов, когда повторяющееся действие становилось частью сюжета, на что указывают именно детерминанты времени.

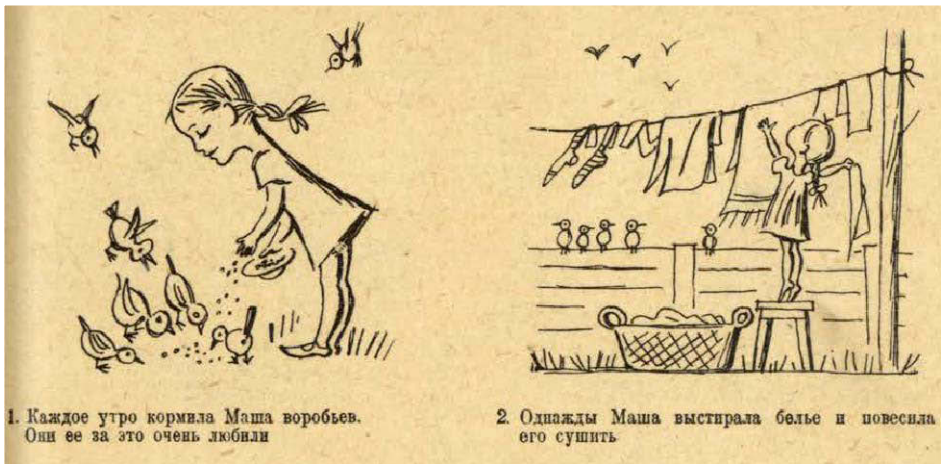


Рис. 1. Совмещение нелокализованных и локализованных во времени действий

Сравнение оригинальных текстов и текстов Н. Гернет показывает, что Н. Гернет достаточно последовательно отказывается от временных маркеров, сохраняя только те из них, которые указывают на хронотоп рассказа – на главные, но не промежуточные его точки, реже заменяя их на слова, в которых временные семы являются не основными (см. табл. 1¹).

¹ Здесь и далее сопоставлялись текстовые отрезки, помещенные под одним и тем же изображением в одном и том же рассказе.

Т а б л и ц а 1

Наличие / отсутствие показателей времени

| Оригинальная версия рассказа | Переиздание 1965/1969 гг. |
|--|--|
| Каждая утро кормила Маша воробьев. Они ее за это очень любили (Чиж. 1934. № 8) | Машу очень любили воробьи. За что – догадайтесь сами (Н. Гернет. Умная Маша. с. 7). |
| Через минуту ходули были готовы (Чиж. 1936. № 3). | Немножко терпения... (Н. Гернет. Умная Маша. с. 11) |
| Опять эта хитрая лисица залезла в курятник! Самую лучшую курицу съела – Пеструшку! (Чиж. 1937. № 1) | Повадилась лиса лазать в курятник, красть курочек (Н. Гернет. Умная Маша. с. 15). |

Как и в оригинальных текстах, в текстах Н. Гернет частотно наречие *вдруг*, во много отвечающее особенностям детского мировосприятия, которому свойственно, в силу недостаточности знаний, нивелировать причинно-следственные связи. Одновременно с этим, отказываясь от маркеров внесюжетного хронотопа и избегая наложения временных пластов, Н. Гернет расширяет хронологические рамки рассказа, включая в него указания на события, которые предшествовали основному сюжету и которые не подкреплены визуальным рядом. Такие указания могут появляться не только перед серией картинок, как в рассказе «Маша и тяжелый гусь», например, но и под какой-то конкретной картинкой, с которой текст вступает в отношения взаимодополняемости, обеспечивая ретроспекцию (см. табл. 2).



Рис. 2. Расширение хронологических рамок повествования

Расширение хронологических рамок повествования

| Оригинальная версия рассказа | Переиздание 1965/1969 гг. |
|--|--|
| <i>Вот осел везет таратайку, а в таратайке едет Маша. Светит солнце. На деревьях растут яблоки</i> (Чиж. 1934. № 2). | <i>Бабушка попросила Машу съездить в город за покупками. – Боюсь только, как бы наш ослик не заупрямился, – сказала она. – С ним это бывает</i> (Н. Гернет. Умная Маша. с. 8). |

Способы вербализации сюжета

Графические рассказы про Умную Машу были ориентированы на детей дошкольного и младшего школьного возраста, что не могло не повлиять на сюжеты и на способы их визуального и вербального решения. Первоначальные тексты, в том числе тексты, созданные Д. Хармсом, отличались динамичностью, которая достигалась за счет активного использования глагольных предикатов и отчасти компенсировала статичность визуального ряда. Помимо прочего, использование глагольных предикатов, одиночных или однородных, позволяло заполнить сюжетных лакуны, обеспечить последовательное развертывание сюжета, фрагментированного картинками, на которых изображались только отдельные «замершие» узлы повествования. В то время как наличие глаголов совершенного вида в конкретно фактическом значении, а также несовершенного вида, в конкретно процессном и неограниченно кратном значениях, позволяли указывать на характер действия – его протяженность, повторяемость, завершенность: *Каждая утро кормила Маша воробьев. Они ее за это очень любили. Однажды Маша выстирала белье и повесила его сушить. Вдруг подул ветер. Сейчас упадет чистое белье прямо в пыль! Но прилетели воробьи, сели на веревку, держат белье лапками. Так и сидели, пока белье не высохло* (Чиж. 1934. № 8). При этом далеко не всегда вербальный ряд дублировал визуальный: в некоторых случаях действие могло быть изображено, но не маркировано вербально или маркировано частично, что позволяло обеспечить еще более тесную связь между изображением и текстом, так как адекватно понять рассказ можно только при одинаковом внимании к элементам обеих знаковых систем: *Листьев было очень много, а грабли очень тяжелые. К счастью, подъехал глупый Витя на своем новом велосипеде. И теперь Маша может немного отдохнуть [потому что она привязала грабли к велосипеду – А. Б.]* (Чиж. 1936. № 11).

Обилие глагольных предикатов, в первую очередь предикатов движения и действия, позволяло добавлять сюжету динамики за счет языковых интенсификаторов – наречий меры и степени, для этих же целей могли использоваться и глаголы с семой интенсивности: *Бабушка уронила иголку. <...> Но Маша уже бежала из дому с магнитом в руках. Она быстро провела магнитом раз другой по песку* (Чиж. 1934. № 10); *Я приказываю*

вам [собакам – А. Б.] / **Мчатся** в школу. Витя там! (Чиж. 1936. № 9). В случае если речь шла о стихотворных текстах, то к описанным способам обеспечения сюжетной динамики, добавлялись также элементы разговорного синтаксиса (неполные и эллиптические предложения), синтаксические повторы и синтаксический параллелизм: *Витя в школе – книжки тут! / Прах и Пух и Пли и Плут! / [следующее изображение – А. Б.] Прах и Пух и Пли и Плут! / Вам осталось пять минут!* (Там же). С одной стороны, все это делало текст более динамичным и запоминающимся, с другой – укрепляло связь между вербальным и визуальным рядом и упрощало переход от одного изображения к другому, так как их связь была поддержана не только на сюжетном уровне, но и на уровне текста – его ритма и рифм (рифмовка обычно была парной).

Сравнение исходных текстов с текстами Н. Гернет показывает, что общая динамика сюжета, отмеченная в оригинальных графических рассказах, уменьшается. Объясняется это не только сокращением количества глагольных предикатов, которые замещаются на предикаты состояния и качества (см. табл. 3), но и отсутствием ритмизации из-за отказа от поэтической формы речи. На снижение динамики сюжета влияет также и введение прямой речи, которая в некоторых рассказах полностью заменяет повествование (например, в рассказе «Маша и магнит»).

Таблица 3

Сравнение типов предикатов

| <i>Оригинальная версия рассказа</i> | <i>Переиздание 1965/1969 гг.</i> |
|--|--|
| <i>Но прилетели воробьи, сели на веревку, держат белье лапками [чтобы оно не улетело – А.Б.]. Так и сидели, пока белье не высохло (Чиж. 1934. № 8).</i> | <i>Не страшен ветер! Белье спасено! (Н. Гернет. Умная Маша. с. 7).</i> |
| <i>Маша и Жучка пошли в гости к бабушке. Вдруг пошел дождь. <...> Через минуту ходули были готовы. Так дошли они до бабушкиного дома (Чиж. 1936. № 3).</i> | <i>Сначала все было прекрасно. И вдруг стало плохо. <...> Немножко терпения... И опять все стало прекрасно (Н. Гернет. Умная Маша. с. 11).</i> |

Менее динамичными тексты Н. Гернет становятся и за счет введения дополнительных деталей, не меняющих самого сюжета, но несколько иначе расставляющих коммуникативные акценты, привлекая внимание читателя ребенка к тем или иным элементам изображения и, за счет этого меняющих отношение между вербальным и визуальным рядами (см. табл. 4).

Показательно, что в случае с оригинальными текстами наблюдается обратная тенденция – тенденция к сокращению вербальных элементов, исключению деталей. Это хорошо видно при анализе отрывков первого рассказа серии «Как Умная Маша заставила осла везти себя в город»,

в котором первое предложение полностью дублирует изображение, так как вербализируются все детали картинки – и сюжетно значимые и сюжетно незначимые: *Вот осел везет таратайку, а в таратайке едет Маша. Светит солнце. На деревьях растут яблоки* (Чиж. 1934. № 2). Такая повествовательно-описательная стратегия обнаруживает много общего с детскими описаниями, которым свойственна непоследовательность и фрагментарность, так как при описании изображения, в отличие от пересказывания сюжетной истории, ребенку сложно выделить главное и второстепенное [Гаврилова 2009: 214–217]. Однако рассказ 1934 г. – единственный, где используется такая нарративная стратегия: впоследствии, в том числе и в силу ограниченности вербального ряда, в тексте сохраняются указания только на сюжетно значимые детали, что позволяет повысить степень креолизации рассказа.

Т а б л и ц а 4

Детализация сюжета

| <i>Оригинальная версия рассказа</i> | <i>Переиздание 1965 / 1969 гг.</i> |
|---|--|
| <i>Однажды Маша выстирала белье и повесила его сушить</i> (Чиж. 1934. № 8). | <i>Однажды Маша развешивала белье. А защипок для белья у нее не было. Почему – не знаю</i> (Н. Гернет. Умная Маша. с. 7). |
| <i>И теперь Маша может немного отдохнуть</i> (Чиж. 1936. № 11). | <i>И вот листья шуршат, дорожки подметаются, Витя смеется, а Маша может отдохнуть</i> (Н. Гернет. Умная Маша. с. 12). |
| <i>Постой же, я тебя [лису – А. Б.] отучу лазать в курятник</i> (Чиж. 1937. № 1). | <i>Бабушка, – сказала Маша, – дай мне дырявое ведро, грабли и лопату и ни о чем не беспокойся</i> (Н. Гернет. Умная Маша. с. 15). |
| <i>Растеряхам стыд и срам!</i> (Чиж. 1936. № 9). | <i>... открывается дверь – и Витя спасен. Вот книжки, тетрадки и даже записка. А что в ней написано? Прочитали? Правильно написано</i> (Н. Гернет. Умная Маша. с. 16). |

В свою очередь, в текстах Н. Гернет степень креолизации поддерживается не столько за счет предикатного уровня текста (хотя использование предикатов состояния и свидетельствуют о компенсаторной функции текста, так как проясняет состояние героев, которое на картинке дано читателю только посредством внешних признаков, не всегда идентифицируемых однозначно в силу качества изображения), сколько за счет особенностей референции – выбора тех или иных номинаций героев и предметных реалий сюжета.

Специфика референции

Вопрос номинации – персонажей и предметных реалий – представляется достаточно важным при исследовании текстов детских графических рассказов, так как напрямую связан с проблемами референции в детской речи. В случае графического рассказа необходимо также учитывать

степень корреляции вербального и визуального рядов, так как нередко только вербальные номинации позволяют обеспечить однозначную референцию – и речь идет не только об именах собственных, но и о социальных ролях героев, признаки которых могут быть не явлены на уровне изображения.

В рассказах про Умную Машу спектр социальных ролей мал, что определяется спецификой сюжета, в основе которого лежит бытовая трудность, которую Маша решает сама, практически не вступая во взаимодействие с другими людьми. Несмотря на это, некоторое количество слов, указывающих на социальные роли, все же появляется: речь идет о терминах родства *бабушка* и *брат*. Эти номинации используются и в оригинальных текстах, и в текстах переиздания 1965/1969 гг., при этом если номинация *бабушка* используется одиночно, в том числе в обращении, то слово *брат* – только в сочетании с именем собственным: *Бабушка попросила Машу съездить в город за покупками* (Н. Гернет. Умная Маша. с. 8); – *Возьми свою иголку, бабушка!* – сказала Маша (Чиж. 1934. № 10); *Маша попросила у брата Вити велосипед и привязала его к дереву толстой резинкой* (Чиж. 1935. № 2); *К счастью, подъехал глупый Витя на своем новом велосипеде* (Чиж. 1936. № 11).

Как показывает анализ, в случае с братом Умной Маши в обеих версиях рассказов предпочтение отдается имени собственному (в том числе с устойчивым характеризующим прилагательным *глупый*), позволяющим подчеркнуть противопоставление между действиями Маши и Вити. При этом синонимических замен ни в случае персонажей, ни в случае предметов, с которыми они манипулируют, не обнаруживается, несмотря на наличие визуального ряда, который мог бы облегчить процесс референции.

Сопоставление оригинальных текстов и текстов Н. Гернет не только на уровне социальных номинаций, но и на уровне номинаций предметных позволяет говорить о том, что они обнаруживают разную степень креолизации с визуальным рядом. Так, в оригинальных текстах больше слов предметной семантики, указывающие на значимые элементы сюжета, которые изображены на картинке и могут быть легко идентифицируемы и без вербального ряда. В свою очередь, в текстах Н. Гернет номинации предметных реалий нередко устраняются, сохраняясь только в заголовках (например, «Маша и магнит»), но не в текстах, в том числе за счет замены предикатов действия, допускающих предметные актанты, на предикаты состояния, а также за счет замены монологического повествования на диалогические единства, о чем уже говорилось выше (см. табл. 5).

При анализе номинации необходимо учитывать весь номинативный комплекс, который может быть дополнен прилагательным, выполняющим характеризующую или идентифицирующую функции: *Сейчас упадет чистое белье прямо в пыль!* (Чиж. 1934. № 8); *Маша попросила у*

брата Вити велосипед и привязала его к дереву **толстой** резинкой (Чиж. 1935. № 2); Так дошли они до **бабушкиного** дома (Чиж. 1936. № 3).

Таблица 5

Наличие / отсутствие указания на предметные реалии

| Оригинальная версия рассказа | Переиздание 1965 / 1969 гг. |
|---|---|
| Потом Маша достала ножницы и срезала у осла кусочек гривы (Чиж. 1934. № 2). | Потом Маша отрезала у осла кусочек гривы (Н. Гернет. Умная Маша. с. 9). |
| Так дошли они до бабушкиного дома (Чиж. 1936. № 3). | И опять все стало прекрасно. |
| К счастью, подъехал глупый Витя на своем новом велосипеде (Чиж. 1936. № 11). | Я бы тебе помог [убрать сад – А. Б.], – сказал Витя, – да не знаю как (Н. Гернет. Умная Маша. с. 12). |
| Но Маша уже бежала из дому с магнитом в руках. Она быстро провела магнитом раз другой по песку (Чиж. 1934. № 10). | – Бабушка, – крикнула Маша, – стой там, где потеряла! Сейчас найдем! – Да что ты? Да разве можно, – говорила бабушка, – в песке иголку найти! (Н. Гернет. Умная Маша. с. 4) |

В текстах детской литературы, как и в детских письменных и устных нарративах, прилагательные появляются нечасто, так как представляются необязательными в текстах, ориентированных на сюжетную динамику. В рассказах про Умную Машу прилагательные появляются только в тех случаях, когда описываемое ими качество значимо для сюжета, а само прилагательное может выступить в качестве обоснования действия героини и позволить читателю-ребенку домыслить логику происходящего. Показательно, что в текстах Н. Гернет некоторые из таких прилагательных могут устраняться (**хитрая** лисица vs лиса; **чистое** белье vs белье), реже добавляться – в последнем случае Гернет предпочитает использовать экспрессивные лексемы: *Вдруг подул ветер* (Чиж. 1934. № 8) / *Вдруг налетел ужасный ветер!* (Н. Гернет. Умная Маша. с. 7).

Интересны и замены / устранение отдельных имен собственных. Например, кличек куриц *Хохлатка* и *Малютка* в рассказе «Маша и лисица», которые в оригинальном тексте выполняли явную идентифицирующую функцию, так как напрямую коррелировали с визуальным рядом и своей внутренней формой отражали отличительные признаки каждой из куриц: *Ну, Хохлатка и Малютка, можете сегодня спать спокойно* (Чиж. 1937. № 1) / – *Курочки! Спите спокойно, больше лиса вас не обидит* (Н. Гернет. Умная Маша. с. 15).

Изменяет Н. Гернет и клички собак Умной Маши, которых в оригинальной версии, в стихотворных текстах, написанных, вероятно всего Д. Хармсом, зовут Пух, Прах, Плут, Пли. Клички Пух и Прах открыто отсылают к языковой игре и переосмыслению фразеологизма «в пух и прах», а клички Плут и Пли добавляются в соответствии с требованиями ритма,

рифмы и фоники (консонансы согласных *п, л*, ассонансы гласного *у*). Отказываясь от стихотворных текстов, а вместе с ними в какой-то степени и от игрового начала, свойственного детской литературе [Славова 1987], Н. Гернет меняет клички Пух, Прах, Плут, Пли на Бобик, Робик, Лобик и Зубик. В той или иной мере сохраняя фоникку (ассонансы гласных *о, у*) и образуя клички по одной словообразовательной модели с суффиксом *-ик*, она, однако, не только теряет отсылку к фразеологизму, но и делает клички более тяжеловесными и сложнее запоминающимися, что немаловажно, учитывая специфику восприятия читателя-ребенка.

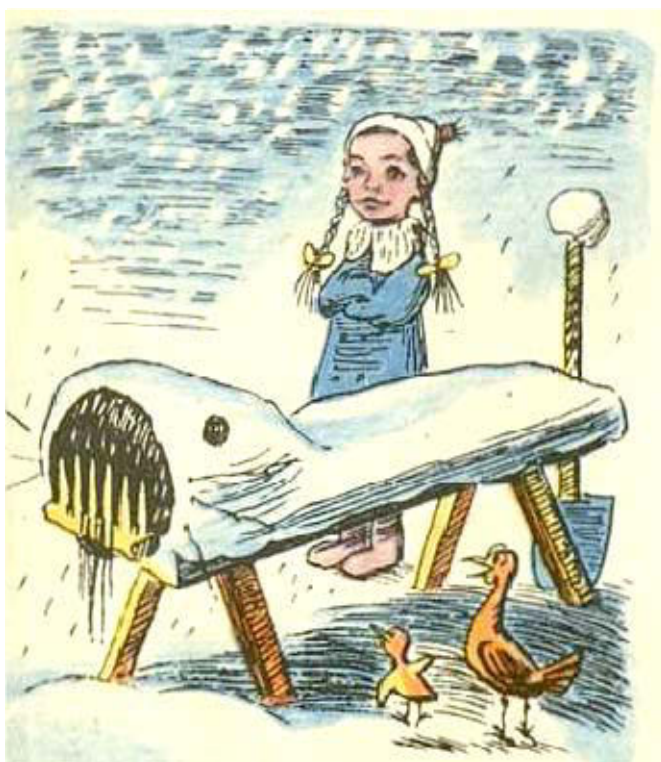


Рис. 3. Особенности актов референции

Но наиболее показательным становится последовательное устранение прилагательного *умная* из всех заголовков рассказов (в первоначальном варианте это прилагательное использовалось последовательно), за исключением названия самого сборника. Наличие постоянных характеристик – важная составляющая образа героя детской книги [Славова 1992], так как такие характеристики делают героя более запоминающимся для читателя-ребенка (и одновременно с этим более статичным). Устранение качественного прилагательного свидетельствует о том, что ум не воспринимался более как неотъемлемая характеристика персона-

жа, делающая его особенным для читателя-ребенка (в том числе и потому, что задачей сборника было сподвигнуть читателя ориентироваться на героиню, проявлять смекалку в решении бытовых проблем). К тому же, изменение формата графических рассказов, которые больше не являлись частью журнала «Чиж», а печатались отдельно, меняло и статус персонажа: он больше не был сквозным и не нуждался в дополнительных отличительных характеристиках, помогающих ему выполнять гипертекстовую функцию.

Типы повествования: «детский» vs «взрослый» нарратив

Выбор типа повествования определяет не только точку зрения, в том числе и в плане фразеологии (по Б. Успенскому [Успенский 1970: 28–29]), но и, особенно в случае текстов детской литературы, основную функцию произведения. Когда речь идет о графических рассказах, выбор типа повествования, перволичного или третьеличного, определяется еще и наличием визуальной составляющей. Как отмечает М. Николаева, изображения графического рассказа чаще всего создаются с позиции наблюдателя-взрослого, что, при наличии перволичного повествования, приводит к конфликту между вербальным и визуальным рядами [Nikolajeva 2002: 95–97]. Одновременно с этим, перволичное повествование упрощает процесс ассоциации читателя-ребенка с главным героем, процесс переноса качеств героя и его личного опыта в сферу личного опыта читателя.

Из 17 рассказов про Умную Машу в журнале «Чиж», снабженных текстом, 7 были написаны от первого лица, 1 обнаруживал признаки внутренней точки зрения героя, хотя эксплицитных маркеров перволичного повествования не было. Все тексты были стихотворными.

Помимо классических маркеров перволичного повествования (личных местоимений и форм глаголов) в оригинальных текстах также обнаруживается ориентация на разговорную речь – на уровне лексики (устойчивые разговорные выражения) и на уровне синтаксиса (инверсии, неполные и эллиптические предложения): *Гроза. Летит дождь. Грохочет гром. / Не стоит мокнуть под дождем! / Но время дорого – и вот / шагаю посуху вперед; Я приказываю вам / Мчатся в школу. Витя там! / Мчитесь в школу, Витя там. – / Растеряхам стыд и срам!* (Чиж. 1936. № 9); *Постой же, я тебя отучу лазать в курятник* (Чиж. 1937. № 1).

В переиздание 1965/1969 гг. вошло только три из 7 рассказов с перволичным повествованием, которое было заменено на третьеличное. Элементы перволичного повествования, обнаруживавшиеся в первоначальных вариантах рассказов, были исключены, поэтому точка зрения главной героини может быть обнаружена только в репликах прямой речи. Прямая речь оформляется стандартно с помощью тире. В репликах прямой речи появляются все ожидаемые способы адаптации разговорной речи: разговорные клише, неполные и эллиптические конструкции, инверсии, обра-

щения: – *Да что ты! Разве можно, – говорит бабушка, – в песке иголку найти!* (Н. Гернет. Умная Маша. с. 4); – *Мишень, сюда!* – *говорит Маша и вытаскивает стрелу* (Там же. с. 13). В отдельных репликах отмечается также ориентация на книжный тип речи – стремление к прямому порядку слов, максимальное заполнение синтаксических позиций: – *Бабушка, – сказала Маша, – дай мне дырявое ведро, грабли и лопату и ни о чем не беспокойся* (Там же. с. 15).

Разнообразен и прагматический потенциал реплик прямой речи: появляются не только репрезентативы, но также комиссивы и директивы: – *Мишень, на место! Стреляю!* (Там же. с. 13); – *Курочки! Спите спокойно, больше лиса вас не обидит* (Там же. с. 15). Таким образом, прямая речь в рассказах Н. Гернет обнаруживает весь набор особенностей, характерных для перволичного повествования в оригинальных графических рассказах, ориентированного на разговорный синтаксис. Исключение перволичного повествования и активное использование прямой речи указывает на изменившееся отношение к читателю-ребенку, четкому разграничению «голоса взрослого» и «голоса ребенка», что усложняет возможную ассоциацию читателя с главной героиней, упрощая при этом взаимодействие вербального и визуального рядов, так как визуальная и вербальная точки зрения теперь совпадают.

О том, что третьеличное повествование идет именно от лица взрослого, свидетельствуют имплицитные и эксплицитные лингвистические показатели. К имплицитным показателям «взрослого» можно отнести вводные слова и диминутивы (характерные для «языка нянь» [Гаврилова 2007: 386]): *Но, к счастью, у Вити есть велосипед, а у Маши резинка и веревочка* (Там же. с. 13). К эксплицитным – формы глагола 1-го лица ед. ч., вопросы, обращенные непосредственно к читателю, и директивы с глаголами восприятия в формах повелительного наклонения: *Машу очень любили воробьи. За что – догадайтесь сами* (Там же. с.7); *Однажды Маша развешивала белье. А защипок для белья у нее не было. Почему – не знаю* (Там же); *Но кто летит сюда? Чьи крылышки машут быстро-быстро?* (Там же). Ориентация на открытую диалогизацию, непосредственное взаимодействие с читателем – характерная особенность графических рассказов Н. Гернет. Введение эксплицитного нарратора-взрослого, пользующегося принципами диалогизации, позволяет автору направлять восприятие читателя, открыто акцентировать внимание читателя на отдельных узлах сюжета, которые кажутся автору значимыми с точки зрения реализации воспитательной функции детской литературы.

Об открытой воспитательности (как и о явном социальном доминировании автора / нарратора над читателем) свидетельствует и введение, которое предшествует серии графических рассказов. Во введении обнаруживаются элементы субъективной модальности, диминутивные наречия, риторические вопросы и директивы: *Когда вы прочтаете эту книж-*

ку, вы сами увидите, как умная эта Маша. Да это и так ясно: ведь если бы она не была такой **умной**, разве про нее написали бы книжку? Разве бы нарисовали картинку? **Вот то-то** <...> Да, еще: некоторые истории мы вам расскажем, а некоторые вы сами **расскажите: хорошенько рассмотрите картинку** – и тотчас все поймете (Там же. с. 2). Среди элементов субъективной модальности отмечаются частицы и качественные прилагательные, которые актуализируют представление об уме и послушании как о значимых характеристиках человека, одобряемых в обществе.

Анализ введения показывает также, что в представлении авторов вербальный ряд доминирует над визуальным, о чем свидетельствует последовательность риторических вопросов (<...> **разве про нее написали бы книжку? Разве бы нарисовали картинку?**). Однако тот факт, что два рассказа остаются без подписей, указывает на то, что визуальный ряд все же считался важным элементом произведения, способным быть творчески осмысленным читателем-ребенком, которому предлагалось написать текст к рассказу самостоятельно.

Выводы

Таким образом, графический рассказ стал значимым жанром детской литературы, чьи каноны взаимодействия визуального и вербального рядов складывались постепенно, в том числе за счет выбора разных повествовательных стратегий, которые в той или иной степени отражали разные представления авторов о целях и функциях литературы для детей, соотносились с речевой компетенцией читателей. Изначально складывание канонов жанра предполагало сокращение количества вербальных и визуальных элементов и объединение отдельных картинок в целостное произведение за счет текста, обнаруживающего и в первоначальной, и в переизданной версиях рассказов стандартные принципы текстовой связности и активное использование детерминантов времени, а также за счет сюжетных лакун, заполняемых либо вербальным / либо визуальным рядом, ставящих оба этих компонента рассказа в отношении взаимодополняемости.

При этом повествовательные стратегии оригинальных текстов предполагают большее внимание к временной локализации, допускают совмещение сюжетного и внесюжетного хронотопов, усложняя взаимодействие текста и изображения, существующего одновременно в сюжетном и во внесюжетном планах. Ориентирована повествовательная стратегия оригинальных текстов и на динамическую составляющую сюжета, позволяющую преодолеть визуальную статику и фрагментарность за счет однородных предикатов действия и движения, дополненных лексическими интенсификаторами. Вербализация событийной стороны сюжета, активное использование предметной лексики, отчасти дублирующей элементы изображения и одновременно с этим привлекающее внимание читателя-ребенка к этим элементам, в сочетании с использованием остенсивных на-

речей в прямой и вторичной функциях, позволяют говорить о том, что повествовательные стратегии оригинальных рассказов про Умную Машу обнаруживают много общего с репрезентативно-иконическим детским нарративном, характерным для детей 6–7 лет [Седов 2008: 170–171]. Активное использование элементов разговорного синтаксиса и возможность вести повествование от первого лица свидетельствует о том, что в оригинальных текстах, особенно в стихотворных, вероятнее всего написанных Д. Хармсом, особое внимание уделяется внутренней «детской» точке зрения, что выдвигает на первый план игровую функцию детской литературы, эстетику детского мира, позволяет наладить контакт с читателями-детьми, облегчает процесс переноса информации рассказов в сферу их личного опыта, формирование бытовых и когнитивных навыков (умения самостоятельно и нестандартно решать бытовые проблемы).

Сопоставление текстов оригинальных и переизданных в 1965 г. рассказов позволяет говорить о том, что Н. Гернет использовала несколько иную повествовательную стратегию, отказываясь от хронологической двуплановости (в принципе сокращая количество слов с временной семантикой), но расширяя хронологические границы рассказа за счет ретроспективных вставок, не поддержанных визуальным рядом. Обнаруживается также повышение степени креолизации рассказа, которое достигается за счет отказа от репрезентативно-иконического типа нарратива путем замены предикатов действия и движения на предикаты состояния, проясняющие психологическое состояние героев или состояние природы, отказа от слов предметной семантики и перехода от монологической к диалогической форме речи, обретающей сюжетную логику и смысловую завершенность только при учете визуального ряда.

Характерным для повествовательной стратегии текстов Н. Гернет также становится отказ от ритмизации и внутренней точки зрения. Последнее снимало конфликт между вербальным и визуальным рядами и работало на реализацию воспитательных функций, позволяя за счет приемов открытой диалогизации вводить «фигуру автора-взрослого», четко разграничивая социальные роли «ребенок» – «взрослый», давая автору право открыто направлять своего читателя, демонстрируя ему одобряемые в обществе образцы поведения, формируя его восприятие и оценки.

Список литературы

- Арьес Ф.* Ребенок и семейная жизнь при Старом порядке / пер. с фр. Я.Ю. Старцев. Екатеринбург: Изд-во Ур. ун-та, 1999. 415 с.
- Брыкова А.А.* Веселые картинки для маленьких ребят: лингвистические особенности графических рассказов Б. Малаховского в журнале «Сверчок» // Печать и слово Санкт-Петербурга: сб. науч. тр. СПб., 2018. С. 299–304.
- Воейкова М.Д.* Ранние этапы усвоения детьми именной морфологии русского языка. М.: Знак, 2011. 327 с.

- Воронина Т.А.* Русский лубок 20–60-х гг. XIX в.: производство, бытование, тематика М.: КМЦ ИЭА РАН, 1993. 233 с.
- Выготский Л.С.* Мышление и речь. М.: Лабиринт, 1999. 352 с.
- Гаврилова Т.О.* Типы текстов в регистре общения с детьми // Семантические категории в детской речи. СПб.: Нестор-История, 2007. С. 384–402.
- Гаврилова Т.О.* Чтение детям: родительские стратегии и стереотипы // Проблемы онтолингвистики – 2009: материалы Междунар. конф. (17–19 июня 2009 г.) СПб.: Златоуст, 2009. С. 214–217.
- Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.
- Канунникова О.* Как кричит еж? // Новый мир. 2010. № 10. URL: http://www.zh-zal.ru/novyi_mi/2010/10/ka18.html (дата обращения: 20.02.2019).
- Корнилова В.В.* Детские иллюстрированные журналы в художественной жизни Петербурга XIX – п.п. XX века. Типология и эволюция: автореф. дис. ... канд. иск. наук. СПб., 2002. 30 с.
- Лемяскина Н.А.* Развитие языковой личности и её коммуникативного сознания: на материале речевого поведения учащихся 1–4 классов: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Воронеж, 2004. 38 с.
- Лепская Н.И.* Язык ребёнка: (Онтогенез речевой коммуникации). М.: Филол. фак. МГУ, 1997. 151 с.
- Рауш-Гернет Э.М.* Нина Гернет – человек и сказочник. СПб.: Балтийские сезоны, 2007. 158 с.
- Седов К.Ф.* Онтопсихоллингвистика. Становление коммуникативной компетенции человека: учебное пособие. М.: Лабиринт, 2008. 318 с.
- Славова М.Т.* Игра и игровое начало в беллетристике для детей // Проблемы детской литературы: межвуз. сб. Петрозаводск: ПГУ, 1987. С. 50–57.
- Славова М.Т.* О природе героя в беллетристике для детей // Проблемы детской литературы: межвуз. сб. Петрозаводск: ПГУ, 1992. С. 8–16.
- Сонин А.Г.* Комикс как знаковая система: психоллингвистическое исследование (на материале франкоязычных комиксов): дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 1999. 236 с.
- Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф.* Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М.: Наука, 1990, С. 180–186.
- Успенский Б.А.* Поэтика композиции. М.: Искусство, 1970. 223 с.
- Цейтлин С.Н.* Язык и ребенок. Освоение ребенком родного языка. М.: Владос, 2017. 241 с.
- Arizpe E., Style M.* Children reading Picturebooks. London and New York: Routledge, 2016. 233 p. DOI: 10.4324/9781315683911.
- Beeck Nathalie* op de Picture-Text Relationships in Picturebooks // The Routledge Companion to Picturebooks / ed. by Bettina Kummerling-Meibauer, New York: Routledge, 2018. P. 19–27. DOI: 10.4324/9781315722986-3.
- Christensen N.* Between Picture Book and Graphic Novel: Mixed Signals in Kim Fupz Aakeson and Rasmus Bregnhøj's I love you // More Words about Pictures: Current Research on PictureBooks and Visual/Verbal Texts for Young People /ed. By Naomi Hamer, Perry Nodelman, and Mavis Reimer. New York and London: Routledge, 2017. P. 155–170.

- Gressnich E.* Picturebooks and Linguistics // *The Routledge Companion to Picturebooks* / ed. by Bettina Kummerling-Meibauer, New York: Routledge, 2018. P. 401–408. DOI: 10.4324/9781315722986-39.
- Nikolajeva M.* The verbal and the visual: The picturebook as a medium // *Children's Literature as Communication* / ed. by Roger D. Sell, Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2002. P. 85–108. DOI: 10.1075/sin.2.08nik/
- Nikolajeva M., Scott C.* The Dynamics of Picturebook Communication // *Children's Literature in Education*, Vol. 31. № 4. 2000. P. 225–239. DOI: 10.1023/A:102642690212.
- Nikolajeva M., Scott C.* How Picturebooks work. New York and London: Garland Publishing, 2001. 308 p.
- Nodelman P.* Decoding the Images: How Picture Books Work // *Understanding Children's Literature: Key essays from the International Companion Encyclopedia of Children's Literature*. New York: Taylot & Francis e-Library, 2002. P. 128–139.
- Nodelman P.* Words about Pictures: The Narrative Art of Children's Picture Books. Athens and London: The University of Georgia Press, 1988. 320 p.
- Salisbury M., Style M.* Children's Picturebooks: The Art of Visual Storytelling. London: Laurence King Publishing, 2012. 193 p.

Источники

- Гернет Н.В.* Умная Маша: для дошкольного возраста. Ленинград: Дет. лит., 1965. 17 с.
- Чиж: ежемесячный журнал для детей младшего возраста. Л.: Гос. изд-во, 1930–1941.
- Gernet N.V.* Clever Masha. M.: Progress, 1970a. 16 p.
- Gernet N.V.* Masha la Lista. M.: Progreso, 1970b. 16 p.
- Gernet N.V.* Maligne Petite Macha. M.: Progrès, 1974. 16 p.

References

- Ar'es, F. (1999), *Centuries of Childhood. A Social History of Family Life*, translated from French by Ya.Yu. Startsev, Yekaterinburg, Ural State University publ., 415 p. (in Russian).
- Arizpe, E., Style, M. (2016), *Children reading Picturebooks*, London and New York, Routledge, 233 p. DOI: 10.4324/9781315683911.
- Beeck Nathalie op de (2018), *Picture-Text Relationships in Picturebooks*. Kummerling-Meibauer, B. (ed.), *The Routledge Companion to Picturebooks*, New York, Routledge, pp. 19-27. DOI: 10.4324/9781315722986-3.
- Brykova, A.A. (2018), *Veselye kartinki dlia malen'kikh rebiat: lingvisticheskie osobennosti graficheskikh rasskazov B. Malakhovskogo v zhurnale "Sverchok"* [Funny pictures for small children: linguistic characteristics of graphic stories by B. Malakhovsky published in the children's magazine "Sverchok"]. "Pechat' i slovo Sankt-Peterburga" ["Publishing and the Word of St. Petersburg"], Collection of Scientific Articles, St. Petersburg, pp. 299-304.
- Ceytlin, S.N. (2017), *Iazyk i rebenok. Osvoenie rebenkom rodnogo iazyka* [The Language and the Child. The Children's Acquisition of Native Language], St. Petersburg, Vldos publ., 241 p.

- Christensen, N. (2017), Between Picture Book and Graphic Novel: Mixed Signals in Kim Fupz Aakeson and Rasmus Bregnhøj's *I love you Danmark*. Hamer, N., Nodelman, P. and Reimer, M. (ed.), *More Words about Pictures: Current Research on Picture Books and Visual/Verbal Texts for Young People*, London and New York, Routledge, pp. 155-170.
- Gavrilova, T.O. (2007), Tipy tekstov v registre obshheniia s det'mi [Types of Texts in the Conversation with Children]. *Semanticheskie kategorii v detskoj rechi* [Semantic Categories in the Children's Speech]. SPb., Nestor-Istoriia publ., pp. 384-402.
- Gavrilova, T.O. (2009), Chtenie detiam: roditel'skie strategii i stereotypy [Children's Reading: Adult's Strategies and Stereotypes]. *Problemy ontolingvistiki – 2009* [The Problems of Ontolinguistics – 2009], Materials of International Conference, St. Petersburg, pp. 214-217.
- Gressnich, E. (2018), Picturebooks and Linguistics. Kummerling-Meibauer, B. (ed.), *The Routledge Companion to Picturebooks*, New York, Routledge, pp. 401-408. DOI: 10.4324/9781315722986-39.
- Issers, O.S. (2008), Kommunikativnye strategii i taktiki russkoj rechi [Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech], Moscow, LKI publ., 288 p.
- Kanunnikova, O. (2010), Kak krichit ezh? [How does a Hedgehog Cry?], *New World*, no. 10, available at: http://www.zh-zal.ru/novyj_mi/2010/10/ka18.html (accessed data: February 20, 2019).
- Kornilova, V.V. (2002), Detskie illiustrirovannye zhurnaly v khudozhestvennoi zhizni Peterburga XIX – p.p. XX veka. Tipologii i evoliucii [Children's Illustrated Magazines in Art Life of Petersburg in the 19th–the beginning of the 20th centuries], Abstract of Ph.D. dissertation, St. Petersburg. 30 p.
- Lemyaskina, N.A. (2004), Razvitie iazykovoï lichnosti i eio kommunikativnogo soznaniia: na materiale rechevogo povedeniia uchashikhsia 1–4 klassov [The Development of the Linguistic Identity and His Communicative Consciousness: a Case Study of the Communication between Pupils of the 1st–4th grades], Abstract of Ph.D. dissertation, Voronezh, 38 p.
- Lepskaya, N.I. (1997), Yazyk rebionka: ontogenez rechevoi kommunikatsii [Children's Language: Ontogenesis of Linguistic Communication], Moscow, Moscow State University publ., 151 p.
- Nikolajeva, M. (2002), The verbal and the visual: The picturebook as a medium. Roger, D. Sell (ed.), *Children's Literature as Communication*, Amsterdam / Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, pp. 85-108.
- Nikolajeva, M., Scott, C. (2000), The Dynamics of Picturebook Communication. *Children's Literature in Education*, Vol. 31, no. 4, pp. 225-239. DOI: 10.1023/A:102642690212.
- Nikolajeva, M., Scott, C. (2001), *How Picturebooks work*, New York and London, Garland Publishing, 308 p.
- Nodelman, P. (2002), Decoding the Images: How Picture Books Work. Hunt, P. (ed.), *Understanding Children's Literature: Key essays from the International Companion Encyclopedia of Children's Literature*, New York, Taylor & Francis e-Library, pp. 128-139.

- Nodelman, P. (1988), *Words about Pictures: The Narrative Art of Children's Picture Books*, Athens and London, The University of Georgia Press, 320 p.
- Raush-Gernet, E'.M. (2007), *Nina Gernet – chelovek i skazochnik* [Nina Gernet – a human and a storyteller], SPb., Baltijskie sezony, 158 p.
- Salisbury, M., Style, M. (2012), *Children's Picturebooks: The Art of Visual Storytelling*, London, Laurence King Publishing, 193 p.
- Sedov, K.F. (2008), *Ontopsicholingvistika. Stanovlenie kommunikativnoi kompetentsii cheloveka* [Ontopsycholinguistics: Developing of Human's Communicative Competence], Moscow, Labirint publ., 318 p.
- Slavova, M.T. (1987), "Igra i igrovoe nachalo v belletristike dlia detei" [Play and Playful Origin in Children's Literature]. *Problemy detskoj literatury* [The Problems of Children's Literature], Collection of University Articles, Petrozavodsk, PGU, pp. 50-57.
- Slavova, M.T. (1992), *O prirode geroia v belletristike dlia detej* [About the Origin of the Character in Children's Literature]. *Problemy detskoj literatury* [The Problems of Children's Literature]. Collection of University Articles, Petrozavodsk, PGU, pp. 8-16.
- Sonin, A.G. (1999), *Komiks kak znakovaia sistema: psikholingvisticheskoe issledovanie (na materiale frankoiazychnykh komiksov)* [Comics as a Symbol System: Psycholinguistic Research (with References to French Comics)], Ph.D. Thesis, Barnaul, 236 p.
- Sorokin, Yu.A., Tarasov, E.F. (1990), "Kreolizovannye teksty i ikh kommunikativnaia funktsiia" [Creolized Texts and their Communicative Functions]. *Bezmenova, N.A. (ed.), Optimizatsiia rechevogo vozdeistviia* [Optimization of Speech Influence], Moscow, Nauka publ., pp. 180-186.
- Uspenskij, B.A. (1970), *Poetika kompozitsii* [Poetics of Composition], Moscow, Iskustvo publ., 223 p.
- Voejkova, M.D. (2011), *Rannie etapy usvoeniia det'mi imennoj morfologii russkogo jazyka* [The Early Stages of Children's Acquisition of Noun Morphology in Russian], Moscow, Znak publ., 327 p.
- Voronina, T.A. (1993), *Russkij lubok 20–60-kh gg. XIX v.* [Russian Popular Print of the 20–60-s of the 19th century], Moscow, KMTS IEA RAN publ., 233 p.
- Vygotsky, L.S. (1999), *Thought and Language*, Moscow, Labirint publ., 352 p. (in Russian).

Sources

- Gernet, N.V. (1965), *Uмнаia Masha* [Clever Masha], Leningrad, Children's publ., 17 p.
- Chizh: *Ezhemesiachnyi zhurnal dlia detei mladshogo vozrasta (1930–1941)*, [Monthly Magazine for Young Children], Leningrad, State publ.
- Gernet, N.V. (1970a), *Clever Masha*, Moscow, Progress publ., 16 p.
- Gernet, N.V. (1970b), *Masha la Lista*, Moscú, Progreso publ., 16 p.
- Gernet, N.V. (1974), *Maligne Petite Macha*, Moscou, Progrès publ., 16 p.
-

**THE NARRATIVE STRATEGIES OF THE SOVIET GRAPHIC
STORIES FOR CHILDREN (A COMPARATIVE ANALYSIS
OF THE GRAPHIC STORIES ABOUT CLEVER MASHA
WITH D. KHARMS'S AND N. GERNET'S TEXTS)**

A.A. Brykova

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
(St. Petersburg, Russia)*

Abstract: The article discusses the narrative strategies of original graphic stories about Clever Masha (published in “Chizh” magazine in 1934-1937) and reprinted versions of these stories, which texts were written by N. Gernet (firstly published in 1965). Syntactic and pragmatic analyses help us to show, that both these strategies have common principles of textual coherence and chronological continuation. At the same time the narrative strategy of the original stories actualizes chronotope and dynamic elements of the plot and contains the subject vocabulary duplicating the visual part of the stories so that it demonstrates lot in common with the representative and iconic type of children’s speech. Meanwhile the narrative strategies of Gernet’s texts show the higher level of creolization because of usage of different types of predicates, more complicated way of representation and changing the monologic type of speech to the dialogical one. Moreover, the narrative strategy of the reprinted stories focuses on adult’s narration instead of children’s oral narration in the original stories which means the explicit cooperation with the readers influencing their perception and forming their views and opinions, so that now these stories don’t fulfill the entertaining, but the pedagogical function encouraging young readers to behave as Clever Masha does.

Key words: graphic story, creolized text, Clever Masha, “Chizh” magazine, N. Gernet, D. Kharms, verbal and visual parts of stories.

For citation:

Brykova, A.A. (2020), The narrative strategies of the Soviet graphic stories for children (a comparative analysis of the graphic stories about Clever Masha with D. Kharms’s and N. Gernet’s texts). *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 2, pp. 379-402. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).379-402. (in Russian)

About the author:

Brykova, Aleksandra Andreevna, Dr., Associate Professor of the Department of Book Publishing and Book Trade

Corresponding author:

Postal address: 13, Dzhambula per., St. Petersburg, 191180, Russia

E-mail: kakoslik88@yandex.ru

Received: February 11, 2020

Revised: March 15, 2020

Accepted: May 15, 2020

ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ КСЕНОНАРРАТИВНЫХ ТЕКСТОВ В ПРОСТРАНСТВЕ ЛИТЕРАТУРНО-НАРРАТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Л.В. Куликова¹, Е.Ю. Микалаускайте²

^{1,2} Сибирский федеральный университет (Красноярск, Россия)

Аннотация: Статья посвящена прагматическому анализу литературного ксенонарратива – особого типа литературно-нарративной коммуникации, реализующего специфические коммуникативные функции и стратегии, направленные на дискурсивную обработку культурно-языковой чужеродности. Дискурсивная обработка культурной чужеродности понимается как процесс вербальной рефлексии инокультурного опыта в литературном ксенонарративе на основе разноуровневых языковых средств и осмысления культурно-конвенциональных норм другой лингвокультуры с целью минимизации стресса межкультурной адаптации. В работе определены сущностные свойства ксенонарратива, определяемого как литературное повествование, тематически погружённое в контекст межкультурного взаимодействия, прагматически отражающее способ дискурсивной обработки культурной чужеродности и интенционально направленное на вербальный трансфер ментального опыта от автора-адресанта к читателю-адресату в формате литературно-нарративной коммуникации. Применение методов дискурсивного и контекстуального анализа нарратива, интент-анализа позволило выявить функционально и прагматически обусловленные языковые и культурно-конвенциональные средства дискурсивной обработки в ксенонарративе, определить следующие функции ксенонарратива – минимизация стресса культурной адаптации и вербальный трансфер ментального опыта, а также описать три авторские стратегии в литературном ксенонарративе. Стратегия идентификации чужеродности включает несколько траекторий оценки категорий «свой» / «чужой»: «свое» может коннотироваться как положительно, так и негативно, «чужое» на начальном этапе адаптации враждебно, но ассимиляция смягчает отрицательные семы оценки. Стратегия языковой аккультурации анализируется в фокусе становления вторичной языковой личности. Стратегия субъективизации направлена на максимально полное восприятие системы авторских смыслов и образов, а также на эмоциональную вовлеченность и эмпатию читателя. Выводы в работе делаются на основании анализа текстов литературных ксенонарративов “Die undankbare Fremde” («Неблагодарная чужестранка») И. Брежна и “Girl in translation” («Девушка в переводе») Дж. Квок, а также электронного корпуса читательских отзывов на русском, английском и немецком языках.

Ключевые слова: литературный ксенонарратив, литературно-нарративная коммуникация, дискурсивная обработка культурной чужеродности, минимизация стресса культурной адаптации.

Для цитирования:

Куликова Л.В., Микалаускайте Е.Ю. Функционально-прагматический подход к исследованию ксенонарративных текстов в пространстве литературно-нарративной коммуникации // *Коммуникативные исследования*. 2020. Т. 7. № 2. С. 403–418. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).403-418.

Сведения об авторах:

¹ **Куликова Людмила Викторовна**, доктор филологических наук, профессор, директор Института филологии и языковой коммуникации

² **Микалаускайте Елизавета Юлипонасовна**, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры русского языка как иностранного

Контактная информация:

^{1,2} Почтовый адрес: 660041, Россия, Красноярск, пр. Свободный, 79

¹ E-mail: kulikova_l@list.ru

² E-mail: emikalauskaite@sfu-kras.ru

Дата поступления статьи: 15.03.2020

Дата рецензирования: 25.03.2020

Дата принятия в печать: 15.05.2020

Введение

Основу современных подходов к изучению нарратива сформировали фундаментальные работы отечественных и зарубежных учёных-формалистов и структуралистов [Барт 1987, 1989, 2000; Бреммон 2000; Греймас 2000; Женнет 1998; Пропп 2001; Томашевский 1999; Шкловский 1983; Шмид 2003]. «Нарративный поворот» в гуманитарных науках привёл к тому, что в теории повествования стали активно разрабатываться такие направления, как анализ дискурса, теория повествовательных уровней, прагматический и функциональный подходы. Нарратив, понимаемый как рассказ в определенной последовательности о событиях, происходивших в прошлом, стал рассматриваться в качестве дискурсивной единицы, стратегии текстопорождения, а также в качестве единицы текста [Adam 2011; Женнетт 1998; Принс 1988; Андреева 2006]. Литературный нарратив характеризуется типологическими категориями нарративности и литературности. О литературности текста свидетельствует его фикциональность, принадлежность к жанру и признание его эстетической ценности. К нарративности относятся такие критерии, как выявленность повествователя, наличие повествовательной перспективы, разделение субъектов порождения и восприятия речи.

Подход антропоцентрической лингвистики обратил внимание исследователей на коммуникативный аспект нарратива, что способствовало более детальному рассмотрению форм и элементов литературной коммуникации, представляющей собой особый вид опосредованной коммуникации между субъектом порождения речи и его реципиентами. Взаимодействие между адресантом и адресатом художественного текста обладает рядом сущностных характеристик, отличных от ситуации естественной коммуникации:

- отсутствие вовлеченности участников общения в прагматическую ситуацию: только письменный текст является посредником между ними;
- неограниченное количество адресатов-читателей в коммуникативном акте;
- несоблюдение единства времени и места в процессе коммуникации;
- однонаправленный характер коммуникации – отсутствие мены ролей между адресатом и адресантом;
- неоднозначная интерпретация смыслов текста;
- повествовательная полифония, демонстрирующая многообразие голосов в опосредованном коммуникативном акте, усложняет и углубляет понимание прагматических и функциональных аспектов литературного нарратива.

Исследование в настоящей работе нарративных текстов в фокусе положений коммуникативной лингвистики расширяет понятие литературной коммуникации до литературно-нарративной, определяемой в данном исследовании как особый тип несобственно-прямого взаимодействия, реализующегося на внутритекстовом уровне через дискурс повествователя и персонажей, а на внешнетекстовом – через дискурс автора и читателя.

Сложная иерархическая структура литературно-нарративной коммуникации включает в себя несколько повествовательных уровней автора и читателя, каждый из которых обладает своим голосом, вербальными характеристиками и интенциями: конкретный автор и конкретный читатель взаимодействуют непрямо, используя текст в виде канала передачи информации. Абстрактный автор формирует образ абстрактного читателя, идеального реципиента, подбирая для него средства выражения мысли. Фиктивный нарратор, участник произведения, способен взаимодействовать с нарратором – одним из персонажей текста. Участники коммуникации на разных уровнях реализуют различные функции и прагматические установки создателя текста. Таким образом, коммуникативный подход к исследованию литературного нарратива позволяет открыть новые свойства, особенности и функции повествовательного текста.

При этом выделенный в данной работе особый тип нарративного художественного произведения, повествующего о культурной чужеродности, получил в исследовании название литературного ксенонарратива. **Ксенонарратив** определяется нами как литературное повествование, тематически погруженное в контекст межкультурного взаимодействия, праг-

матически отражающее способ дискурсивной обработки культурно-языковой чужеродности и интенционально направленное на вербальный трансфер ментального опыта от автора-адресанта к читателю-адресату в формате литературно-нарративной коммуникации [Микалаускайте 2019: 7].

Очевидно, что маркирующим элементом данной номинации является корень "ксено", означающий чуждость по отношению к окружающей коммуникативно-языковой реальности.

В отечественных лингвистических исследованиях корневой фрагмент "ксено" был закреплен Н.Д. Арутюновой в работе о ксенопоказателях – частицах де-, дескать, мол, якобы, являющихся «признаками чужого голоса, отчуждаемого голоса, чужого мира» [Арутюнова 1992: 102]. Введение нового понятия было признано удачным рядом исследователей, в том числе Е. В. Падучевой и В. А. Плунгян, исследующим частицы – показатели чужой речи [Падучева 2011, Плунгян 2008]. Термин «ксенотекст» использует Д. Вайс в работе о прецедентных текстах в политическом дискурсе [Вайс 2012: 65]. В рамках нашего подхода значение корня ксено- в понятии литературный ксенонарратив также соотносится с репрезентацией чужеродных элементов, но не только на языковом, морфологическом, а, в целом, на дискурсивно-функциональном уровне.

Целью предлагаемой работы является прагматический анализ ранее не описанного типа литературно-нарративной коммуникации – литературного ксенонарратива, реализующего специфические коммуникативные функции и стратегии, направленные на дискурсивную обработку культурно-языковой чужеродности.

Дискурсивная обработка культурной чужеродности определяется авторами статьи как «процесс вербальной рефлексии инокультурного опыта в литературном ксенонарративе на основе разноуровневых языковых средств и осмысления культурно-конвенциональных норм другой лингвокультуры с целью минимизации стресса межкультурной адаптации» [Микалаускайте 2019: 7].

Материал исследования и методология работы

Основным условием классификации произведения как ксенонарративного текста является трансляция в нем опыта иммиграции, преодоления культурно-языковой чужеродности самим писателем.

Материалом для данного исследования послужили ксенонарративные тексты двух романов: "Die undankbare Fremde" чехословацкой писательницы И. Брежны (издан в 2012 году на немецком языке); и "Girl in translation" китайской писательницы Дж. Квок (издан в 2010 году на английском языке). По формальным признакам их можно отнести к традиционному нарративу, характеризующемуся хронологическим перечислением событий, перволичным повествованием, наличием завязки, развязки, а также эмоциональным отношением рассказчика к своей жизни. Содержательно в ксенонарративах рассказываются истории взросления ге-

роев, испытавших опыт иммиграции в чужую страну. В качестве нарратора в обоих текстах выступает девочка-подросток, пережившая стресс культурной чужеродности, культурной и языковой адаптации в новой стране.

Оба романа обладают рядом содержательных, композиционных и прагматических особенностей, которые позволяют объединить эти нарративы в единый тип.

В качестве глобальной темы, или семантической макроструктуры (см. [ван Дейк, Кинч 1988; Макаров 2003]), анализируемых ксенонарративов в настоящей работе выделяется дифференциация, противопоставление категорий «свой» / «чужой» или «Я» / «другой».

Значимым компонентом литературно-нарративной коммуникации в ксенонарративе выступает пресуппозиционный фон. Учет культурных пресуппозиций у рассказчиков в литературном ксенонарративе позволяет объяснить неуспешность коммуникации с представителями принимающей культуры. В исследуемых ксенонарративах противопоставляются такие культуроспецифические аспекты, как отношение мигрантов и местных жителей ко времени, пространству, их представления о нормах в социальном и коммуникативном поведении. Нарратор, вербализуя собственные культурные пресуппозиции, пытается таким образом минимизировать стресс адаптации, преодолевая конфронтацию культурной и языковой картин мира своей страны и принимающей лингвокультуры.

В работе использован комплекс методов, а именно: нарративный анализ – тематический и структурный подходы, метод дискурсивного анализа нарратива и контекстуального анализа. Функции ксенонарратива выявлялись на основании аналитического привлечения имеющихся научных подходов: методов интроспекции и индукции; маркирования повторяющихся языковых и дискурсивно-описательных элементов текста; с использованием собственного пресуппозиционного фона, сформированного ресурсом теории межкультурной коммуникации. Метод интенционального анализа использовался для реконструкции интенций говорящего / пишущего; интерпретативный анализ – при описании авторских стратегий в ксенонарративе.

В целом процесс литературно-нарративной коммуникации в литературном ксенонарративе рассматривался с позиций функционально-прагматического подхода.

При этом под функцией здесь понимается роль, задача высказывания, направленная на выполнение цели, определяемой автором, или, иначе, коммуникативная направленность автора. С точки зрения организации прошлого опыта, нарратив может выполнять следующие функции: социальные (идентификационная, дидактическая, регулятивная – трансляция опыта, в том числе ориентационная); психологические (психотерапевтическая, прогностическая); коммуникативные (развлекательная, информационная) [Веселова 2010].

На основе анализа текстов романов и выявления повторяющихся дискурсивных фрагментов был сделан вывод об основной интенции авторов этих литературных произведений или **метафункции ксенонарратива** – *минимизации стресса межкультурной адаптации*.

Помимо метафункции, ксенонарратив репрезентирует, как правило, и другие функции повествовательных текстов, однако особое внимание в работе уделено спецификации регулятивной **функции** нарратива, обозначенной в настоящей работе как *вербальный трансфер ментально-го опыта*. Эта функция «реализуется повествованием, основное содержание которого опосредовано контекстом межкультурного взаимодействия, и заключается в стремлении автора ксенонарратива передать реципиенту оформленный в тексте опыт преодоления чужеродности» [Микалаускайте 2019: 71].

Интеннт-анализ – метод реконструкции интенции говорящего по его речи [Иссерс 2008] позволил выявить несколько основных авторских стратегий литературного ксенонарратива, актуализирующих метафункцию минимизации стресса межкультурной адаптации и функцию вербального трансфера опыта. Стратегия идентификации чужеродности [Детинко 2013] связана с формированием образа «чужого», например, посредством референции «мы» – «они». Стратегия языковой аккультурации направлена на формирование вторичной языковой личности. Стратегия субъективизации авторского высказывания [Комаров 2014, Корнышкова 2012] представляет собой формирование личностного принятия читателем авторского высказывания.

Результаты

Процесс дискурсивной обработки негативного опыта культурной чужеродности в литературных ксенонарративах направлен на реализацию их метафункции – минимизацию стресса межкультурной адаптации, как у адресата, так и опосредованно у адресанта.

Как показывает анализ, способ литературно-нарративной коммуникации позволяет этой основной функции наиболее полно реализоваться по ряду оснований. Форма художественной речи, отдаленная во времени от момента переживания ситуации, позволяет автору отобрать и классифицировать событийные элементы, а также осмыслить их и передать в виде художественного дискурса читателю. Нарратив как повествование, состоящее из хронологически расположенных ситуаций, дает возможность композиционно упорядочить выбранные элементы опыта в соответствии с прагматическими установками автора. Форма перволичного нарратива повышает уровень читательского доверия к автору, который говорит как будто о себе, выражая реально пережитые эмоции.

В процессе анализа языковых средств дискурсивной обработки лингвокультурной чужеродности мы выделили, как отмечено выше, две стратегии, реализующие метафункцию минимизации стресса адаптации.

Стратегия идентификации чужеродности включает в себя несколько траекторий оценки категорий «свой»/«чужой»:

– «своё» коннотируется положительно:

“I felt weightless and happy, as if I were in Hong Kong again” [Kwok 2010: 78]. («Я была так счастлива и невесома, будто вновь оказалась в Гонконге» [Квок 2011: 124–125]).

“Für mich war mein Land verspielte Muttersprache gewesen, Lachen mit meinen Freundinnen, selbstverständliche Zugehörigkeit, ein warmer Strom, der mich getragen hatte“ [Brezna 2012: 18]. («Моя страна осталась для меня утраченным родным языком, хихиканьем с подружками, неразрывной душевной связью, влекущим вдаль теплым течением» [Брежна 2014: 24]).

– «чужое» на начальном этапе адаптации враждебно:

“The painted English writing was illegible and looked like swirls of pure anger and frenzy. It covered almost everything, even the cars parked on the street” [Kwok 2010: 21]. («Неразборчивые надписи, покрывавшие все вокруг, включая припаркованные у тротуара автомобили, даже на вид казались безумно злобными» [Квок 2011: 33]).

– оценка «чужого» смягчается в процессе адаптации:

“Some teachers actually corrected the mistakes in my writing, which helped me enormously” [Kwok 2010: 164]. («Некоторые даже исправляли ошибки в моих письменных работах, что невероятно помогало мне» [Квок 2011: 258]).

– «своё» – не всегда хорошо:

“Aunt Paula wasn't going to help us. We were alone” [Kwok 2010: 11]. («Тетя Пола вовсе не собиралась нам помогать. Мы остались одни» [Квок 2011: 18]).

– отказ от выбора «своего» или «чужого»:

„Da hatten sie mir Zuflucht in der besten aller Welten geboten, und die undankbare Fremde verspottete ihre Weltanschauung“ [Brezna 2012: 34]. («Они раскрыли передо мной лучший из миров, а неблагодарная чужестранка высмеивала их мировоззрение» [Брежна 2014: 49]).

Стратегия языковой аккультурации описана с опорой на методологический конструкт освоения вторичной языковой личности. Героини ксенонарратива проходят процесс становления вторичной языковой личности, отражающий известную структурную модель [Караулов 2002]:

– вербально-семантический уровень. Освоение лексики и грамматики нового языка:

„Man hängte gerne „gell“ und „oder“ an, damit nicht der Eindruck entstand, man gäbe mit eigenem Wissen ungebührlich an und wollte eine demokratische Diskussion unterbinden“ [Brezna 2012: 76]. («Предложения часто подытоживались вопросительными «ладно» или «верно», чтобы не создавалось впечатления, будто у кого-то переизбыток знаний, и он хочет воспрепятствовать демократической дискуссии» [Брежна 2014: 91]).

– лингвокогнитивный (или тезаурусный) уровень. Усвоение понятий, концептов, идей, ценностей новой картины мира:

“Parents in the rich area who wanted their kids to go to public school had no choice but to send them there. The other kids came from the neighborhood immediately surrounding the school itself, which was a fairly middle-to-lower-class black area. It was only later that I understood it in these terms, but what was immediately clear to me was that Aunt Paula had been right: the neighborhood of my school wasn’t nearly as bad as the projects neighborhood, which I’d learned was the name of where I lived” [Kwok 2010: 64]. («Родители белых детей, желавшие, чтобы те учились в городской школе, вынуждены были отправлять их в эту. Но основную массу учеников составляли жители ближайших кварталов – небогатых, скорее даже бедных. Мыслить подобными категориями я начала много позже, но практически сразу поняла, что Тетя Пола права: контингент в нашей школе гораздо приличнее, чем в «микрорайоне» – так называлось место, где мы жили» [Квок 2011: 103]).

– прагматический (мотивационный) уровень. Удовлетворение коммуникативно-деятельностных потребностей:

“We have some money in savings, but it will be easier if we have a few more weeks to finish saving the money for the deposit. Also, the salary slip, well, it’s not very much” [Kwok, 2010, p. 112]. («У нас есть небольшие сбережения, но было бы проще, если бы нам дали несколько недель, чтобы собрать недостающую сумму для предоплаты. Что касается справки о зарплате... по правде говоря, она не слишком велика...» [Квок 2011: 435]).

Вторая функция ксенонарратива – вербальный трансфер ментального опыта терминологизируется в работе как передача лично «нагруженной» информации/знаний о мире во времени и пространстве, что создает основу для адекватной интерпретации нарративного высказывания. Нарративный дискурс ориентирован на идеального читателя, нуждающегося в понимании или готового понять сложности процесса адаптации, осмыслить проблемы, пережитые героями и перенести чужой опыт на собственную жизнь.

Выявлены следующие дискурсивные маркеры адресованности, демонстрирующие представления автора об образе идеального читателя:

– риторические вопросы:

„Wer würde es nicht füttern?“ [Brezna 2012: 40] («Кто бы пожалел ей еды?» [Брежна 2014: 57]).

– отбор культуроспецифичной информации, заведомо не ясной адресату:

“Ma had taught me never to do anything that could be considered either unladylike or dangerous: a lesson passed down from her own formal upbringing. “Unladylike” meant anything that allowed your knees to be parted from each other or that could cause a skirt to flip up. Whether you were even wearing one or not was irrelevant, it was the idea that counted. “Dangerous”

covered most other categories of motion” [Kwok, 2010, p. 142] («Ма внушала, что я не должна делать ничего опасного или неподобающего приличной девушке, этот урок она усвоила из собственного строгого воспитания. «Неженскими» считались действия, где колени могут чуть разойтись в стороны или подол юбки чуть приподняться. При этом неважно, в юбке вы вообще или нет. В понятие «опасно» включались практически все движения» [Квок 2011: 224]).

– композиционное оформление текста: в структуру повествования романа “Die undankbare Fremde” включены вставные истории из настоящей героини – её переводческой работы с беженцами в судах и больницах. Знакомство читателя с различными жизненными сценариями – еще один способ усвоения опыта.

Перечисленные сигналы адресованности в ксенонарративе направлены на передачу ментального опыта героя-повествователя читателю. Согласно коммуникативным пресуппозициям автора, реципиент – это человек, не обладающий конкретными знаниями о процессе адаптации, культурных особенностях и трудностях межкультурного взаимодействия. Однако это сочувствующий читатель, способный понять действия маленькой героини и сочувствовать другим беженцам.

Влияние представленных языковых и дискурсивных средств обнаружено при обращении к повествовательной инстанции конкретного читателя. Направленность трансфера ментального опыта к читателю, а также степень успешности передачи этого опыта репрезентированы в стратегии субъективизации авторского высказывания.

Стратегия субъективизации авторского высказывания в ксенонарративе направлена на «максимально полное восприятие системы авторских тем и смыслов, а также на эмоциональную вовлеченность и эмпатию читателя» [Микалаускайте 2019: 147]. Стратегия субъективизации ксенонарративных текстов в настоящем исследовании выявлена через анализ электронного корпуса читательских рецензий на русском, английском и немецком языках.

В состав корпуса читательских отзывов на роман “Girl in translation” в данном исследовании вошли 50 отзывов русскоязычных читателей и 50 – англоязычных читателей, собранные на сайтах www.goodreads.com и www.livelib.ru. В англоязычном корпусе представлены отзывы читателей из разных стран: США, Канады, Японии, Австралии и т. д. Наибольшее внимание при анализе уделялось текстам реципиентов, указавших США как место своего проживания, а также отзывам читателей из стран Азиатского региона. Это обусловлено сюжетом исследуемого ксенонарратива: китайские иммигранты в США. Читательский корпус отзывов о произведении “Die undankbare Fremde” составил 21 рецензию, из которых 12 – на немецком языке, 9 – на русском. Отзывы были опубликованы на сайтах www.goodreads.com, www.amazon.de, www.livelib.ru, www.otzovik.com.

Англоязычная аудитория романа "Girl in translation" фиксирует характерные для ксенонарратива тематические блоки, связанные с проблемами адаптации и межкультурной коммуникации: "immigrant experience" / «иммигрантский опыт»; "Chinese mentality" / «китайский менталитет»; "the struggle of a Chinese girl growing up in the US" / «испытания для китайской девочки, растущей в США». Русскоязычные читатели в меньшей степени актуализируют тематический блок, связанный с преодолением культурной чужеродности, и фокусируют внимание на истории взросления и целеустремленном характере героини:

В текстах читательских рецензий эмоциональная вовлеченность реализуется через использование эмотивных конструкций как с позитивной, так и с негативной коннотацией. Как в англоязычных, так и в русскоязычных рецензиях частотны эмотивы с негативной оценкой при описании бытовых и социальных условий жизни героини: horrid conditions / ужасные условия, slave exploitation / рабская эксплуатация, cruel life / жестокая жизнь, horrible place / жуткое место. Или: «нищета», «ужасающие трущобы», «зарабатывают гроши».

Англоязычные читатели обнаруживают когерентные связи между описанным фикциональным и собственным опытом: "It's like Ms. Kwok took pieces of my own experience and lines lifted from my friends' stories" / «Как будто мисс Квок взяла детали из моего собственного опыта и рассказов моих друзей». Русскоязычные читатели испытывают эмпатию к трудностям адаптации героини, но не способны принять, проникнуть в эмоциональное пространство: «Тяжело представить себя таким иммигрантом».

Читатели отмечают правдивость повествования: "It is fiction but it could have been real" / «Это выдумка, но она могла бы быть реальной»; «я верила каждому слову». Такие оценки связаны с непосредственным опытом преодоления культурной чужеродности у автора романа Джин Квок

Результаты читательской рецепции романа "Die undankbare Fremde" свидетельствуют о полном принятии темы культурной адаптации, заявленной автором. В немецкоязычных отзывах читатели для описания тем романа используют следующие фразы: "die Schwierigkeiten einer Emigrantin in der neuen Heimat, Erfahrungsbericht" / «Отчёт о трудностях эмигранта на новой родине»; "Wunderbares Buch über das Befremden einer Fremden" / «Чудесная книга о недоумении иностранца». В русскоязычном корпусе тематика чужеродности также актуализируется. Русские читатели так интерпретируют главные темы книги: «о жизненном опыте привыкания славян к немецкой культуре», «здесь о людях, прошедших путь от "у них" до "у нас". И о тех, кто так и остался в стадии "у них"», «путь через ощущения, через отторжение и бунт до понимания и принятия новой жизни и нового мира».

В немецкоязычных отзывах были обнаружены 2 различные траектории интерпретации образа Швейцарии – чужой лингвокультуры – в

тексте произведения. В одной группе оценка текста Брежны нейтральна: автор, по мнению читателей, демонстрирует в ксенонарративе различия культур, также недостатки и достоинства обеих: “interessanten Einblicken in die Westeuropäische Gesellschaft vor 40 Jahren” / «Интересный взгляд на западноевропейское общество 40 лет назад»; “analytisch und ohne Hohn wird die fremde Kultur seziert und mit dem "Mutterland" verglichen, es geht nicht um besser oder schlechter...” / «Аналитически и без презрения чужая культура рассекается и сравнивается с «Родиной», речь идет не о лучшем или худшем...». Однако в других рецензиях возникает отрицательная оценка текста ксенонарратива как произведения, формирующего негативный образ принимающей страны: “Man hat beinahe das Gefühl, dass die Autorin mit diesem Buch den Schweizern eins auswaschen möchte” / «Почти возникает ощущение, что автор хочет уничтожить швейцарцев этой книгой».

Анализ отзывов русскоязычных читателей как текста “Die undankbare Fremde”, так и “Girl in translation” свидетельствует о низком уровне эмпатии к мигрантам и их опыту чужеродности. Русские демонстрируют релевантную традиционной культуре модель поведения при адаптации в новых условиях – изменяться под новые реалии. В отзывах они номинируют эту модель, используя идиоматические выражения: «со своим уставом в чужой монастырь не ходят». Поговорка «где родился, там и пригодился», устойчивое употребление слова «понаехавшие» свидетельствуют об отсутствии у реципиентов опыта взаимодействия со сферой миграции и фоном чужеродности.

Заключение

Изучение текстовых особенностей литературного ксенонарратива позволило выявить его центральную интенцию – минимизацию стресса адаптации в коммуникативном контексте чужеродности, которая в концепции нашей работы выделяется и как метафункция ксенонарратива. В качестве второй основной функции ксенонарратива по аналогии с типичной для нарративных текстов регулятивной функцией нами выявлена специфицированная в литературном ксенонарративе функция вербального трансфера ментального опыта.

Метафункцию минимизации стресса межкультурной адаптации реализуют стратегия идентификации чужеродности и стратегия языковой аккультурации. Стратегия идентификации чужеродности включает несколько траекторий оценки категорий «свой» / «чужой»: «свое» может коннотироваться как положительно, так и негативно, «чужое» на начальном этапе адаптации враждебно, но ассимиляция смягчает отрицательные семы оценки. Другой своеобразной траекторией является отказ от сопоставления «своего» и «чужого», отказ от национальной идентичности. Повествователь ксенонарратива репрезентирует представленные стра-

тегии имплицитно на композиционном уровне, эксплицитно – на фонетическом, лексическом, стилистическом уровнях.

Стратегия языковой аккультурации анализируется в фокусе становления вторичной языковой личности. Личность, осваивающая новую языковую систему, отталкивается от основных лексико-грамматических канонов нового языка, затем через понимание других культурных концептов и прагматических правил приходит к усвоению коммуникативных тактик и стратегий нового языка. Приобретенный опыт в коммуникативном контексте чужеродности и сама наррация позволяют повествователям обоих ксенонарративов формировать собственную вторичную языковую личность, а также осмыслив этот процесс, транслировать этот опыт читателю, тем самым снижая негативный коннотативный фон в процессе адаптации к другой лингвокультуре.

Вторая функция ксенонарратива, выявленная в исследовании, – вербальный трансфер ментального опыта. Она заключается в том, что текст нарратива способствует вербальной передаче личного эмоционального и социального опыта реального автора/повествователя читателю. Результат успешности/неуспешности передачи вербализованного знания проявляется в стратегии субъективизации авторского высказывания. Она направлена на максимально полное восприятие системы авторских смыслов и образов, а также на эмоциональную вовлеченность и эмпатию читателя. Анализ дополнительно привлеченных корпусов отзывов читателей на романы “Die undankbare Fremde” и “Girl in translation” на русском, английском и немецком языках убедительно аргументировал наличие и успешную реализацию автором стратегии субъективизации читательского восприятия.

Список литературы

- Андреева В.А.* Литературный нарратив: дискурс и текст. СПб.: Норма, 2006. 182 с.
- Арутюнова Н.Д.* Речеповеденческие акты в зеркале чужой речи // Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис. М.: Наука, 1993. С. 102–130.
- Барт Р.* Введение в структурный анализ повествовательных текстов // Зарубежная эстетика и теория литературы 19–20 вв. М., 1987. С. 387–422.
- Барт Р.* Избранные работы: Семиотика. Поэтика: пер. с фр. / сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. М.: Прогресс, 1989. 616 с.
- Барт Р.* Введение в структурный анализ повествовательных текстов // Французская семиотика: от структурализма к постструктурализму / пер. с фр. и вступ. ст. Г.К. Косикова. М.: Прогресс, 2000. С. 196–238.
- Бремон К.* Структурное изучение повествовательных текстов после В. Проппа // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму / пер., сост. и вступ. ст. Г.К. Косикова. М.: ИГ «Прогресс», 2000. С. 102–111.
- Вайс Д.* Депутаты любят цитаты: ссылки на ксенотексты в Госдуме // Русский язык сегодня. X Шмелевские чтения (24–26 февраля 2012 г.). Т. 5: Пробле-

мы речевого общения. М.: Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН, 2012. С. 64–75.

Веселова И.С. Нарратология стереотипной достоверной прозы // Русский фольклор в современных записях. URL: http://www.folk.ru/Research/veselova_narratolog.php?rubr=Research-articles (дата обращения: 23.03.2020).

Греймас А.-Ж. В поисках трансформационных моделей // Французская семиотика. От структурализма к постструктурализму. М.: Прогресс, 2000. С. 174–198.

Дейк Т.А. ван, Кинч В. Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. М., 1988. С. 153–211.

Детинко Ю.И. Дискурсивное конструирование чужеродности в современной британской политической коммуникации: дис. ... канд. филол. наук. Красноярск 2013. 198 с.

Женетт Ж. Фигуры: в 2 т. Т. 1-2. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1998. 944 с.

Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 5-е изд. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.

Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Едиториал УРСС, 2002. 264 с.

Комаров А.С. Авторская стратегия в процессе художественного общения с читателем // Вестник МГИМО-университета. 2014. № 3. С. 252–260.

Корньшкова Е.Г. Лингвистические стратегии усиления восприятия текста англоязычной авторской сказки // Перспективы науки. 2012. № 11. С. 76–81.

Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 276 с.

Микалаускайте Е.Ю. Дискурсивная обработка культурной чужеродности в литературном ксенонарративе: коммуникативно-прагматический аспект: дис. ... канд. филол. наук. Красноярск, 2019. 257 с.

Падучева Е.В. Показатели чужой речи: мол и дескать // Известия РАН. Серия литературы и языка. 2011, Т. 70, № 3. С. 13–19.

Плунгян В.А. О показателях чужой речи и недостоверности в русском языке: «мол», «якобы» и другие // *Lexikalische Evidenzialitäts-Marker in slavischen Sprachen*. München: Sagner, 2008. P. 285–311. (Wiener Slawistischer Almanach, Sonderband 72).

Kulikova, L.V., Mikalauskaitė, E.Iu. Subjectification strategy of author's statement in English literary xeno-narrative // *J. Sib. Fed. Univ. Humanit. soc. sci.* 2019, Vol. 12(9). P. 1648–1658. DOI: 10.17516/1997-1370-0479.

Источники

Брежна И. Неблагодарная чужестранка. Эксмо, 2014. 192 с.

Квок Дж. Девушка в переводе. Фантом Пресс, 2011. 352 с.

Brezna I. Die undankbare Fremde. Verlag Galiani Berlin, 2012. 140 s.

Kwok J. Girl in translation. Riverhead Books, 2011. 320 p.

References

Andreeva, V.A. Literaturnyi narrativ: diskurs i tekst [Literary narrative: discourse and text]. SPb., Norma, 2006. 182 p.

Arutyunova, N.D. Rechevedencheskie akty v zerkale chuzhoi rechi [Speech-conducting acts in the mirror of other's speech]. Chelovecheskii faktor v yazyke: Kom-

- munikatsiya, modal'nost', deiksis [The Human Factor in Language: Communication, Modality, Deixis], Moscow, Nauka Publ., 1993. pp. 102-130.
- Bart, R. Vvedenie v strukturnyi analiz povestvovatel'nykh tekstov [Introduction to the structural analysis of narrative texts]. *Zarubezhnaya estetika i teoriya literatury 19–20 vv.* [Foreign aesthetics and theory of literature of the 19-20 centuries], Moscow, 1987, pp. 387-422.
- Bart, R. *Izbrannye raboty: Semiotika. Poetika* [Selected Works: Semiotics. Poetics], translated from French, ed by G. K. Kosikov, Moscow, Progress publ., 1989, 616 p.
- Bart, R. Vvedenie v strukturnyi analiz povestvovatel'nykh tekstov [Introduction to the structural analysis of narrative texts] *Frantsuzskaya semiotika: ot strukturalizma k poststrukturalizmu* [French semiotics: from structuralism to poststructuralism], translated from French, ed by G.K. Kosikov, Moscow, Progress publ., 2000, pp. 196-238.
- Bremon, K. *Strukturnoe izuchenie povestvovatel'nykh tekstov posle V. Proppa* [Structural study of narrative texts after W. Propp]. *Frantsuzskaya semiotika: Ot strukturalizma k poststrukturalizmu* [French semiotics: From structuralism to poststructuralism], translated from French, ed by G.K. Kosikov, Moscow, Progress publ., 2000, pp. 102-111.
- Dijk, T.A. van, Kinch, V. *Strategii ponimaniya svyaznogo teksta* [Strategies for understanding a coherent text]. *Novoe v zarubezhnoi lingvistike* [New in Foreign Linguistics], iss. 23, Language cognitive aspects, Moscow, 1988, pp. 153-211.
- Detinko, Yu.I. *Diskursivnoe konstruirovaniye chuzherodnosti v sovremennoi britanskoi politicheskoi kommunikatsii* [The discursive construction of foreignness in modern British political communication], Dissertation, Krasnoyarsk, 2013. 198 p.
- Genette J. *Figury* [Figures], in 2 volumes, vol. 1-2, Moscow, Sabashnikov publ., 1998, 944 p.
- Greimas, A.-Zh. *V poiskakh transformatsionnykh modelei* [n search of transformational models]. *Frantsuzskaya semiotika. Ot strukturalizma k poststrukturalizmu* [French semiotics. From structuralism to poststructuralism], Moscow, Progress publ., 2000, pp. 174-198.
- Issers, O.S. *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech], 5th ed., Moscow, LKI publ., 2008, 288 p.
- Karaulov, Yu.N. *Russkii yazyk i yazykovaya lichnost'* [Russian language and linguistic personality], Moscow, Editorial URSS publ., 2002. 264 p.
- Komarov, A.S. *Avtorskaya strategiya v protsesse khudozhestvennogo obshcheniya s chitatelem* [Author's strategy in the process of artistic communication with the reader], *MGIMO Herald*, 2014, no.3, pp. 252-260.
- Kornyshkova, E.G. *Lingvisticheskie strategii usileniya vospriyatiya teksta angloyazychnoi avtorskoi skazki* [Linguistic strategies for enhancing the perception of the text of an English-language author's fairy tale], *Future of Science*, 2012, no. 11, pp. 76-81.
- Kulikova, L.V., Mikalauskaite, E.Iu. *Subjectification strategy of author's statement in English literary xeno-narrative. J. Sib. Fed. Univ. Humanit. soc. sci.* 2019, 12(9): 1648-1658. DOI: 10.17516/1997-1370-0479.
- Makarov, M.L. *Osnovy teorii diskursa* [Fundamentals of the theory of discourse], Moscow, Gnozis publ., 2003, 276 p.

- Mikalauskaite, E.Yu. Diskursivnaya obrabotka kul'turnoi chuzherodnosti v literaturnom ksenonarrative: kommunikativno-pragmaticheskii aspect [Discursive processing of cultural alienness in literary xenonarrative: communicative-pragmatic aspect], Dissertation, Krasnoyarsk, 2019, 257 p.
- Paducheva, E.V. Pokazateli chuzhoi rechi: mol i deskat' [Indicators of another's speech: mol and deskat' (they say)], Proceedings of RAS. Literature and language, 2011, vol. 70, no. 3, pp. 13-19.
- Plungyan, V.A. O pokazatelyakh chuzhoi rechi i nedostovernosti v russkom yazyke: "mol", "yakoby" i drugie [About indicators of another's speech and unreliability in Russian: "they say", "supposedly" and others], Lexikalische Evidenzialitäts-Marker in slavischen Sprachen. (Wiener Slawistischer Almanach, Sonderband 72. München: Sagner, 2008. pp. 285-311.
- Vais, D. Deputaty lyubiat tsitaty: ssylki na ksenoteksty v Gosdume [Deputies love quotes: links to xenotexts in the State Duma] Russkii yazyk segodnya. X Shmelevskie chteniya (24-26 fevralya 2012 g.) [Russian today. 10th Shmelevsky's readings], vol. 5: Problems of speech communication, Moscow, Institut russkogo yazyka im. V.V. Vinogradova RAN publ., 2012, pp. 64-75.
- Veselova, I.S. Narratologiya stereotipnoi dostovernoi prozy [Narratology of stereotyped reliable prose] Russkii fol'klor v sovremennykh zapisyakh [Russian folklore in modern records], available at: http://www.folk.ru/Research/veselova_narratolog.php?rubr=Research-articles (accessed: March 23, 2020).

Sources

- Brezna, I. Die undankbare Fremde. Verlag Galiani Berlin, 2012. 140 s.
- Brezna, I. *Ungrateful Alien*. Exmo. 2014. 192 p. (In Russian)
- Kwok, J. Girl in translation. Riverhead Books, 2011. 320 p.
- Kwok, J. Girl in translation. Fantom Press, 2011. 352 p. (In Russian)

XENO-NARRATIVE TEXTS IN LITERARY AND NARRATIVE COMMUNICATION: FUNCTIONAL AND PRAGMATIC APPROACH

L.V. Kulikova¹, E.Iu. Mikalauskaite²
^{1,2} *Siberian Federal University (Krasnoyarsk, Russia)*

Abstract: The article is devoted to the pragmatic analysis of literary xeno-narrative – a special type of literary and narrative communication that implements specific communicative functions and strategies aimed at discursive processing of cultural and linguistic otherness. The discursive processing of cultural otherness is understood as a process of verbal reflection of foreign cultural experience in literary xeno-narrative based on multilevel language means and understanding of the cultural and conventional norms of another linguistic culture in order to minimize the stress of intercultural adaptation. The paper defines the essential features of xeno-narrative, defined as a literary narrative, thematically immersed in the discourse of intercultural interaction, pragmatically reflecting the method of discursive processing of cultural foreignness and intentionally aimed at verbal

transfer of mental experience from the author to the reader in the format of literary and narrative communication. The use of discursive, contextual and intent analysis of narrative allowed us to identify functionally and pragmatically determined linguistic and cultural conventions means of discursive processing in xeno-narrative. The following functions of xenonarrative were determined: minimizing the stress of cultural adaptation and verbal transfer of mental experience. In addition, three author's strategies in literary xeno-narrative were described. The otherness identification strategy includes several trajectories for evaluating the friend / foe categories: "friend" can be connected both positively and negatively, "foe" is hostile at the initial stage of adaptation, but assimilation mitigates negative evaluation senses. The strategy of language acculturation is analyzed in the focus of the secondary language personality formation. The subjectification strategy is aimed at the most complete perception of the system of author's meanings and images, as well as at the reader's emotional involvement and empathy. Conclusions in the work are made on the basis of the texts of literary xeno-narratives "Die undankbare Fremde" by I. Brezhna and "Girl in translation" by J. Kwok, as well as the electronic corps of Russian, English and German readers' reviews.

Key words: literary xeno-narrative, literary and narrative communication, discursive processing of cultural otherness, minimizing the stress of cultural adaptation.

For citation:

Kulikova, L.V., Mikalauskaite, E.Iu. (2020), Xeno-narrative texts in literary and narrative communication: functional and pragmatic approach. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 2, pp. 403-418. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).403-418. (in Russian)

About the authors:

¹ **Kulikova, Ludmila Viktorovna**, Prof., Head of the Department of Philology and Language Communication

² **Mikalauskaite, Elizaveta Iuliponasovna**, senior lecturer of the Department of Russian as a Foreign Language

Corresponding authors:

^{1,2} Postal address: 79, Svobodnyi pr., Krasnoyarsk, 660041, Russia

¹ E-mail: kulikova_l@list.ru

² E-mail: emikalauskaite@sfu-kras.ru

Received: March 15, 2020

Revised: March 25, 2020

Accepted: May 15, 2020

**«ПОБУДЬ СО МНОЙ. ПОВОРОИ СО МНОЙ»:
СТРАТЕГИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЧИТАТЕЛЕМ
В СОВРЕМЕННОЙ ПОЭЗИИ**

О.И. Северская

Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН (Москва, Россия)

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению поэтического текста как коммуникативного феномена, обладающего высоким потенциалом воздействия. Автор определяет особенности поэтической коммуникации, которая является одновременно и массовой, и межличностной, и ее главную цель, состоящую в стремлении поэта сообщить о своем видении мира и тем самым изменить картину мира читателя, добившись от того эмпатии. Исходя из понимания речевой стратегии как когнитивного плана общения, программы порождения и восприятия речи, автор говорит о принципиальной обратимости текстопорождающих и интерпретационных стратегий и предлагает свою классификацию стратегий и тактик, чаще всего используемых в современной поэзии. В этой классификации основным коммуникативным стратегиям самопрезентации и сближения с читателем сопоставляются вспомогательные дискурсивные стратегии актуализации, театрализации и диалогизации текста и программирующие интерпретацию тактики выделения объектов и ситуаций с помощью звуковых «жестов», указания на референт, фрейминга, непосредственного введения в коммуникативный контекст высказывания, привлечения внимания адресата с помощью обращений и прагматических инструкций, вопрошания и некоторые другие. Особое внимание уделяется мультимодальности интеракций и ее специфическим проявлениям в поэтическом дискурсе. Исследование выполнено на материале русской поэзии 1980–2000-х гг. с помощью методов интен- и дискурс-анализа.

Ключевые слова: поэтическая коммуникация, коммуникативная стратегия, речевая тактика, дискурсивная практика, интерпретационная стратегия, сближение с читателем, воздействие.

Для цитирования:

Северская О.И. «Побудь со мной. Поговори со мной»: стратегии взаимодействия с читателем в современной поэзии // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 2. С. 419–436. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).419-436.

Сведения об авторе:

Северская Ольга Игоревна, кандидат филологических наук, ведущий научный сотрудник

ORCID: 0000-0002-6277-9756

Контактная информация:

Почтовый адрес: 119019, Россия, Москва, ул. Волхонка, 18/2

E-mail: oseverskaya@yandex.ru

Дата поступления статьи: 04.04.2020

Дата рецензирования: 14.04.2020

Дата принятия в печать: 15.05.2020

Введение

Поэтический текст в современной научной парадигме все чаще определяется как коммуникативный или дискурсивный феномен [Демьянков 2005; Карасик 2009; 2016; Палеха 2010; Синельникова 2019; Birch 2005; Lehman 2018; Parret 2012; Vultur 2012], а обращение к «поэтическому» некоторыми исследователями рассматривается как особая коммуникативная стратегия и в других типах дискурсов, в частности, в рекламном [Candel 2017] и политическом [Баранов, Северская 2016]. Отмечаются и особенности поэтической коммуникации: поэзия, с одной стороны, сближается с массовой, с другой, с межличностной коммуникацией [Палеха 2010: 242], представляя собой одну из форм «мультидиалога». В диалог вступают адресант (поэт, живущий в определенную историко-поэтическую эпоху) и потенциальный адресат (читатель, прежде всего – современник, которым может быть и автор других текстов, а в перспективе – потомок). Кроме того, поэт может вести диалог с внешним и внутренним миром [Ковтунова 1986: 64–65, 77], с лирическим героем и персонажами.

В.И. Карасик, включая поэтический дискурс в число институциональных, отличительной его чертой называет фасциативность – «совокупность характеристик текста, превращающих этот текст в объект притяжения для адресата» [Карасик 2009: 326], заостряя тем самым внимание на речевом воздействии поэзии. Воздействуя на адресата, поэт преследует, как правило, две основные коммуникативные цели: сообщить о своем видении мира и определенным образом изменить картину мира читателя, а попутно добиться «эмоционального со-бытия (сопереживания, сострадания, сопонимания и т. д.)» [Палеха 2010: 242]; реализуя эти цели, адресант использует различные стратегии и тактики.

В общем случае под коммуникативной стратегией понимается «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели, который «включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникаторов, а также реализацию плана общения» [Иссерс 2008: 54]; тактиками же называются конкретные речевые инструменты [Там же: 111], позволяющие говорящему реализовать стратегию. И те, и другие

коррелируют с дискурсивными практиками – «способами говорения», совокупностями приемов производства, восприятия и интерпретации текстов в определенной сфере [Иссерс 2012: 28].

Применительно к поэтическому тексту удобнее воспользоваться определением Т. А. ван Дейка, который коммуникативной стратегией называет некую общую инструкцию для каждой конкретной ситуации интерпретации [ван Дейк 1989: 10, 50, 274]. Предложенный читателю «когнитивный план общения» имплицитно подразумевает стратегию возможной интерпретации текста, позволяя автору в известной мере контролировать речевые действия читателя и делая авторско-читательские стратегические намерения взаимопроницаемыми и обратимыми: стратегия, таким образом, подразумевает программу порождения и/или восприятия поэтической речи. И это соответствует остроумному определению Э. Силтанен современной поэтической коммуникации как «переговоров» [Siltanen 2016], в которых поэт предусматривает разные точки зрения, с которых может рассматриваться текст как при «коллективном», так и при индивидуальном чтении, а также предложенному М. Рембовской-Плущенник пониманию интересубъективности как конгломерата стратегий [Rembowska-Płuciennik 2012: 12], помогающих различать, чувствовать и осмысливать чужие эмоции и установки, обеспечивающих многоперспективное видение мира, другого человека, собственной ситуации.

Что касается репертуара поэтических коммуникативных стратегий, то он достаточно велик и выделяется исследователями на разных классификационных основаниях. О.А. Мельничук и Т.А. Мельничук подразделяют стратегии на семантические (глобальные, выражающие основную идею текста, и тематические, связанные с отдельными темами произведения) и формально-структурные (использующие доминантные одноуровневые речевые средства) [Мельничук 2013: 127]. М. Рембовская-Плущенник различает миропорождающие стратегии «натурализации», «проекции» и «симуляции», дающие ключ к проникновению в возможный мир, а также стратегии установления перспективы высказывания, познавательные и разнообразные стратегии «вовлечения» [Rembowska-Płuciennik 2012: 14; 126–204]. Э. Силтанен говорит о стратегиях «вопросания», «визуализации» и «интертекстуализации» [Siltanen 2016: 19]. В разных работах выделяются стратегии компрессии и амплификации [Tourrette 2018], развертывания метафоры [Hamon 2019]. Много внимания уделяется интерпретативной стратегии «театрализации» [Emert 2010; Ferguson 2014; Kempe 2011; Rembowska-Płuciennik 2012: 309; Siltanen 2016: 19] и соответствующим ей тактикам «форсирования» и «инсценирования» [Петрова 2008: 109], а также стратегии «перевода» с авторского на читательский [Hatim, Mason 2005; Siltanen 2016].

Особо стоит сказать о таком параметре интеракции, как мультимодальность, которая в поэтическом тексте имеет специфическое выраже-

ние. Мультимодальность высказывания в общем случае формируется вербальными средствами, кинесикой (мимикой и жестами), проксемикой (позами коммуникантов) [Загидуллина 2019; Петрова 2008; Schmitt 2004], являющимися полноправными каналами информационного воздействия. Все это, как можно будет увидеть дальше, присутствует в поэтическом тексте, но представлено, в терминах О.Г. Ревзиной [Ревзина 1990: 28], в модусе собственно языкового существования.

Цель статьи – определить репертуар тактик и стратегий поэтического воздействия на читателя и по возможности строго их классифицировать, проведя для этого интент- и дискурс-анализ актуальной русскоязычной поэзии.

Результаты исследования

Анализ материала показывает, что ведущие поэтические школы 1980-х–2000-х годов (метареализм, концептуализм, ироническая поэзия), вышедшие с началом Перестройки из литературного подполья, обнаруживают крайнюю заинтересованность в успехе своей коммуникации с читателем [Северская 2007: 11–31]. В 1988 г. на круглом столе альманаха «Поэзия» об этом от лица поэтов заявлял А. Парщиков: «Писатель-читатель – это секта в идеале» [С чем идем в мир 1988: 64], а М.Н. Эпштейн рассуждал об образе «внутреннего читателя» в поэтическом сознании: «Насколько этот внутренний читатель, для которого пишет поэт, совпадает с социально-типическим читателем? Я думаю, что он не должен совпадать, иначе этот социально-типический читатель будет лишен перспективы своего собственного развития. Наша задача развивать читателя, а не угождать ему» [Там же: 70]. Призывая читателя к диалогу: *Есть здесь кто живой? Побудь со мной. Поговори со мной* (С. Гандлевский. А вот и снег...), поэты дают ему в руки и инструмент: *цель в обретении средства* (Е. Даенин. У истоков великой реки), оставляя в тексте ключи к интерпретации – М. Рембовска-Плущенник называет их маркерами «интраментальности» [Rembowska-Pluciennik 2012: 224]. Эти маркеры и позволяют судить о стратегиях и тактиках воздействия на читателя текста.

Приняв, вслед за Т. А. ван Дейком, различие коммуникативной (более общей) и дискурсивной (оперирующей конкретными словесными средствами и приемами и определяющей «общий стиль» общения) стратегий [ван Дейк 1989: 277], положим его в основу предлагаемой в статье классификации.

Коммуникативные стратегии

Основной коммуникативной стратегией поэтического текста принято считать *самопрезентацию* [Палеха 2010: 243]. Поэт действительно транслирует читателю свой образ и свой взгляд на мир, но одновременно использует и обеспечивающую эмпатию стратегию *сближения*.

На некоторые особенности стратегии *сближения* автора с читателем обращает внимание Т.П. Понятина [Понятина 2013: 236–237]. Она выделяет *тактики самопрезентации – эксплицитной*, при которой автор использует маску повествующего «я» или же избирает предметом высказывания особенности собственного стиля, что отражается в метатексте, и *имплицитной*, основанной на близости когнитивного опыта писателя и читателя и «нацеленной на то, чтобы читатель получил удовольствие от того, что знает, о чем идет речь, так как обладает достаточной компетенцией в какой-либо области культуры» [Там же: 237], для чего в текст вписываются социокультурные прецедентные феномены, разного рода цитаты, крылатые выражения, общезыковая идиоматика.

Все это присутствует в текстах поэтов 1980–2000-х – и эксплицитные высказывания о себе и языке: *Когда я говорю: «он», – / и добавляю: «шел», – / я чувствую под языком шов, / освещенный со всех сторон* (С. Соловьев. Когда я говорю...), и о своем творческом методе: *видеть зрение [...] и горлом изменять строение зрачка* (А. Драгомощенко. Чжуанцзы о равенстве вещей), и апелляции к общему фонду знаний: *Знаешь, с кем я живу? / С големом. Даже не так – / без я. Голем – / это и есть мы. Мы с тобой. Созданные мной – / чем? – волей? – воображеньем? Воем / той пустоты, которое порождает любое тепло – / живое – звериное, нежное, ножевое...* (С. Соловьев. Нелюбовь) – отсылка к роману «Голем» Г. Майринка; *Друзья мои! Прекрасен наш союз! Описывать его я не берусь* (Ю. Арабов. Школа) – перифраз «19 октября» Пушкина; *Капитан, капитан, улыбитесь! Гражданин капитан! Пощади!* (Т. Кибиров. Сквозь прощальные слезы), *Как много женщин нехороших, сбивающих нас всех с пути* (Д. Пригов. Взаимоотношения с высоким) – перепевы песен В. Лебедева-Кумача и И. Дунаевского; и использование фразеологии, как общезыковой: *Тамбовский волк в ответе за базу Субикбэй* (Н. Искренко. На базе Субикбэй), так и советской, социальной: *Мы пускали самолетики бумажные / с крыши дома четырехэтажного [...] Так, как будто это сталинские соколы, / будто это птицы краснозвездные* (В. Салимон. Мы пускали самолетики...).

Однако присутствуют и другие, имплицитные проявления стратегии *сближения*.

Одной из базовых семантических категорий дискурсов воздействия О. С. Иссерс называет категорию «свой круг» [Иссерс 2008: 45]. «Свой круг» (а применительно к поэтической коммуникации – это круг «говорящих на одном языке», «говорящих и понимающих одно и то же») формируется путем установления определенных ассоциативных связей. При этом семантический вывод о тождестве и связях каких-то объектов имплицитно адресуется, адресант доверяет адресату сделать его самостоятельно. А поскольку «всякое знание, добытое собственными интеллектуальными усилиями, осознается как свое, личное» [Там же: 47], то тактики формирования «своего круга» оказываются весьма действенными.

Представим эти тактики, взяв за основу классификацию операций над смыслами О. С. Иссерс [Иссерс 2008: 46-49]:

– *отождествление, или идентификация* (*А есть* (представляет собой *В*) *через прямую номинацию: Небо, помещенное в звезду, – ночь* (И. Жданов. *Море, что зажато в клювах птиц...*); *Море – свалка всех словарей, только твердь язык проглотила* (А. Парщиков. *Новогодние строчки*); *Верблюды – это что? / Это шея и ноги, и горб* (С. Соловьев. *Нелюбовь*);

– *сближение по свойствам, или атрибуция* (*А обладает свойством В*), через указание на признаки объекта устанавливается его «фамильное родство»: *Мяуча и хрюча, / цокая и громокая (меняют баллон в гараже? / еж и консервная банка? лопнула статуя?)*, / *ночь козырнула ракетой и сетью цвета зеленки / сграбастала воздух* (А. Парщиков. *Дачная элегия*), – поэт как бы задает открытый ряд *мяукающих, хрюкающих, цокающих, громокающих* объектов, возможных в мире текста, и приводит пару своих примеров со знаком вопроса, давая читателю возможность принять или отвергнуть гипотезу;

– *стереотипизация* (*А имеет отношение к В*, где *В* – один из стереотипных протоконцептов), – продолжая работу с приведенным выше примером, *мяукающим* может быть *кот, голос, цокать* могут *каблочки, копытца* и т. д.;

– *навешивание «ярлыков»*: в поэтическом тексте роль «ярлычков» играют устойчивые семантические признаки и ассоциации, которые позволяют отождествлять объекты при семантическом выводе.

С основными коммуникативными стратегиями самопрезентации и сближения так или иначе связаны вспомогательные дискурсивные стратегии, позволяющие сделать интерпретацию текста читателем практически однозначной.

Дискурсивные стратегии

Для поэзии 1980–2000-х характерно стремление к искренности и «аутентичности» общения с читателем, и, по-видимому, это черта поэтики всего поэтического поколения. По крайней мере, те же черты Э. Силтанен отмечает в Нью-Йоркской университетской поэзии и поэтике «Школы языка», соотносимых по установкам и почерку с ведущими поэтическими школами России этого периода: это, прежде всего, создаваемый достоверностью и интимизацией повествования модус присутствия адресанта и адресата в коммуникативной ситуации, использование повседневной речи как базы в интерпретации и стремление указать читателю «отправную точку маршрута» по смысловым перепутьям текста [Siltanen 2016; ср.: Понятина 2013: 237]. В этом случае авторами используются *стратегии установления перспективы* [Северская 2016], которые позволяют читателю распознать, принять и спроектировать на свое знание о мире точки зрения и перспективы (чувственные, пространственно-временные, эмо-

циональные), отличные от его актуального состояния: это *стратегии актуализации, театрализации и диалогизации* текста.

1. Актуализация

Актуализация представляет собой интерпретационную практику [Северская 2017], заключающуюся в соотношении слов и выражений с реальными представлениями говорящего и действительностью, в нашем случае – с внешним миром и «возможным миром» поэтического текста. Маркерами актуализации становятся текстовые фрагменты, выполняющие функцию воспроизведения сенсорно воспринимаемых действий, предметов и признаков в их непосредственной наблюдаемости [Золотова 1996: 285]. *Стратегия актуализации* воплощается в *тактиках непосредственного введения в ситуацию*.

Звукосмысловой жест не только создает звуковой иконический образ, выделяя некий целостный объект поэтической реальности или ситуацию в целом: *тормозима надеждой, сабля сыплется над головой, как веревочный труп, чтоб взлетал по нему человек, очевидцам оставив лишь труп* (А. Парщиков. Я жил на поле Потавской битвы), но и задает направление семантического вывода: *остеохондроз сел на плечи, и хандра бьет в нос как горчица...* (Т. Щербина. Мода) – в выделенном положении дел актуализируется сплав боли физической и душевной. При этом звукосмысловой жест, как правило, соотносится и с общим знанием о мире: *платоновской плоти плато* (В. Аристов. Дом Платона) – это и целостный фрагмент поэтической картины мира, который воплощен в звуке (материи текста, данной в ощущениях), и актуализация представлений о Платоне, платонизме, плотском и платоническом. *Звукосмысловые жесты* базируются не только на паронимической аттракции, как в приведенных примерах, но и на синестезии: *в шарах стеклянных музыка летела, пускал тромбон цветные пузыри* (И. Жданов. Мастер) – поэт заставляет нас «услышать» музыку и звон стекла, «ощутить» ее прозрачную воздушность, «увидеть» ее краски. В процессе интерпретации при этом воссоздается то, что К. Фергюсон [Ferguson 2014: 3] называет «звуковым пейзажем» (визуализацией звукового материала) и «картинкой» (последовательно выстроенной серией визуальных образов).

Еще один пример речевого жеста – *прямое указание на референт: Кенарь – мешочек пунктиров [...] пирамидальные трели о киль заостряет, граня, и держит по вертикали на клюве* (А. Парщиков. Птичка); *Море, что зажато в клювах птиц, – дождь* (И. Жданов. Море, что зажато в клювах птиц...). Автор как бы подсказывает читателю: «Все, что (будет) сказано, относится к принадлежащему поэтическому миру объекту X» и тем самым актуализирует протоконцепт и признаки, совместимые с объектным классом X.

Фрейминг, прямое указание на конситуацию поэтического высказывания, апеллирует к фоновым знаниям читателя и актуализирует стерео-

типные представления о типичной ситуации, существенные для интерпретации: *Это праздник. Розы в ванной. Шумно, дымно, негде сесть* (С. Гандлевский. Это праздник...). Начиная с ситуации, знакомой читателю по личному опыту, поэт облегчает ему «собрание» и актуализацию соотносимых с этой ситуацией семантических признаков, тем самым делая возможным постижение сути и логики образа: **Роняем монеты, когда тащим деньги из кармана, [...] оправданий больше, / чем мелочи, которой устлала путь отступления** (А. Драгомощенко. Роняем монеты...); **Отдалённый города гул / Ты слышал зимним утром / Глаза закрыв / Ты вспомнил: в метро-переходе играли так же гусли-самогуды / Ты пробегал с привычной сумкою через плечо / и ощутил под пальцами / всю городскую музыку, трепет и людские разговоры / ты был его источник, слабый родник этого гула / ты чувствовал, как мир играл, переходя в простой предмет** (В. Аристов. Предметная музыка). Иногда маркеры стереотипной ситуации даются «вразброску»: **в солнце луковицу растопи – в лед втети центробежным ножом / луч: глазной ледакол потопа слезовитой волной <...>** (Е. Даенин. Мистерия брашна), – фреймы, соотносимые с протоконцептами «слепящее солнце» и «чистка лука», задают программу адекватной интерпретации этого не самого легкого текста.

Наконец, актуализации способствует *непосредственное введение читателя в коммуникативный контекст высказывания*, показателем которого служат реализованные в тексте прагматические переменные «я», «ты», «здесь» и «сейчас». Смену дейктических знаков некоторые исследователи [Rębowska-Płuciennik 2012: 126] называют установлением перспективы повествования.

2. Театрализация

Стратегия *театрализации* – одна из самых обсуждаемых и одновременно терминологически неопределённых: одни имеют в виду «речевой театр» семантических транспозиций [Rębowska-Płuciennik 2012: 204, 309], другие – «живописание» автором с помощью вербальных средств коммуникативной ситуации как «происходящей на глазах» у читателя [Siltanen 2016: 19] – с ансамблем «действующих лиц и исполнителей» и в декорациях. Как представляется, *театрализация* предполагает и то, и другое: автор показывает исходную «мизансцену» и задает векторы развития «сюжета» и «фабулы».

Так, в стихотворении В. Аристова «Пьеса» мы имеем мизансцену и четкие указания на театральность происходящего, с отсылкой к протособытию – встрече Ахматовой и Цветаевой: *Две поэтессы напротив друг друга / на табуретках / покачиваясь // Изображая июньскую встречу / Ту полутайную / Перед самой войной / При немногих свидетелях / В комнате восьмиметровой [...] «Для кого мы играем? И что значит “играть”?»*, а также авторской «режиссерской» ремаркой: *«это пьеса... потому что они*

играли жизнью своей / всю-то жизнь нашу... / все свидания безымянные / при свидетелях... при понятых». А начало стихотворения И. Жданова «До слова» представляет собой (кроме всего прочего [Северская 2007: 94–102]) своего рода прагматическую инструкцию читателю и одновременно декларацию авторской позиции (такое прочтение обусловлено обобщенно-личным значением местоимения *ты*): *Ты – сцена и актер в пустующем театре. / Ты занавес сорвешь, разыгрывая быт...* – читателю действительно предстоит превратить, в терминах В.И. Карасика [Карасик 2016: 59], *бытовой* дискурс в *бытийный*.

На собственно речевом уровне *театрализация* проявляется тогда, когда читатель становится «свидетелем» некоего речевого акта, происходящего «здесь» и «сейчас» или «там» и «тогда», при актуализации прагматических переменных и употреблении глаголов говорения и восприятия в перформативном употреблении: ***Ты говоришь: язык не имеет ни цели, ни центра. / Вслушиваюсь, пытаюсь понять твой язык*** (С. Соловьев. *Ты говоришь...*).

Стратегия *театрализации* – одна из стратегий «вовлечения» читателя в диалог не собственно диалогическими средствами.

3. Диалогизация

В поэзии 1980–2000-х гг. довольно много воображаемых диалогов с читателем, чье присутствие все время подразумевается. Его «реплики» вписываются в текст, либо в виде «косвенно-прямой» речи: *Вот годы, прожитые в четырех / Стенах московского алкоголизма. / Сидели, пили, пели хоровую – / Река, разлука, мать-сыра земля. / Но ты зеваешь: «Мол, у этой песни / Припев какой-то скучный...» – Почему? Совсем не скучный, он традиционный* (С. Гандлевский. *Еще далеко мне до патриарха...*), – мыслимый диалог поддерживается и отсылкой к общему знанию мира, к стереотипной ситуации и прецедентному тексту; либо как звучание внутреннего голоса: *Вот повод для стихов с туманной подоплекой. / О жизни взаперти, шлифующей ключи / От собственной тюрьмы. О жизни, одинокой / Вне собственной тюрьмы... Учитель, не учи. / Бог с этой мудростью, мой призрачный читатель! / Скорбь тайную мою вовеки не сведу / За здорово живешь под общий знаменатель / Игривый общих мест* (С. Гадлевский. *А вот и снег...*).

Выделяя средства диалогизации поэтического текста, И.И. Ковтунова называет главные: обращение, второе лицо, повелительное наклонение и вопрос [Ковтунова 1986: 61].

Обращений в чистом виде не так много (один из примеров приведен выше). Чаще практикуются обращения к предмету речи – «внутреннему адресату», в терминологии И.И. Ковтуновой [Ковтунова 1986: 20]: *Останься, боль, в иголке! / Останься, ветер, в челке / пугливого коня! [...] Я стану ветром в челке / и там, внутри иголки, [...] себя сведу на нет* (И. Жданов,

Контрапункт), но «внутренняя» речь, транслируемая «вовне», становится своего рода подсказкой «внешнему» адресату.

Неопределенность местоимений тактически выгодна: она позволяет, используя неопределенно- и обобщенно-личные формы, совмещать точки зрения автора, читателя, лирического героя и персонажа. «Ты» обобщенно-личное может причудливо вбирать в себя «ты» и «я», объективированные в тексте, и не всегда можно легко отделить одно от другого, адресата от адресанта: *Здесь нет тебя? Слепла и не знаю. / Хоть вижу, говоришь. Да слух потерян. / Хоть знаю текст: все это было в книгах, / и ты сквозь сон читаешь по бумажке* (Т. Щербина. Баллада с посылкой). Добавим примеры с *мы* инклюзивным: *Пока мы гнались за смыслом, Мысль опередила нас* (В. Аристов. Трамвай в Гренобле); *Наш социум был из воды и масла, / где растекался индивид* (А. Парщиков. Мемуарный рекевием). При этом, акцентируя инклюзивность местоименных форм, поэт может буквально заставить читателя «увидеть» то же самое, воссоздать и интерпретировать образ, как это делает А. Парщиков в стихотворении «Сом»: *Нам кажется: в воде он вырыт, как траншея. [...] А руку окунешь – в подводных переулках / с тобой заговорят, гадая по руке.*

Среди *императивных форм* также довольно много обобщенно-личных: *Пойдемте. Я как раз туда* (Л. Рубинштейн. Появление героя); *Начнем с середины* (А. Парщиков. Паук) и т. д. Особое место занимают императивные призывы к читателю осуществить речевой акт: *Поговори со мной* (С. Гандлевский. А вот и снег); или акт восприятия: *Читай: а счастье было так возможно, / так что же, боже мой, произошло?* (Т. Щербина. Тридцать секстин); *Послушай, что я написал* (Л. Рубинштейн. Появление героя). Императив может и инструктировать читателя о том, как себя вести в «возможном мире» текста: *Сотри эту лунную ветхость калитки...* (С. Соловьев. Сотри...); *Когда тебя загонят в угол, / вообрази – бильярдный шар, / короткий, резаный удар* (В. Салимон. Когда тебя загонят в угол...).

Обращения, инклюзивный дейксис, «категорические» императивы – тактики диалогизации, которые, как правило, используются комплексно.

Вопрошание – более самостоятельная тактика, стратегически нацеленная на превращение читателя из пассивного наблюдателя в активного соавтора коммуникации. Вопросы в текстах поэтов 1980–2000-х образуют метатекстовую канву, симулируя «заботу» о читателе, как в «Появлении героя» Л. Рубинштейна: *Ну что я вам могу сказать? [...] Мне это нужно или вам? [...] Так что же ты хотел спросить? [...] И ты поверил, дурачок?* и т. д. Вопросно-ответная модель общения с читателем так распространена, что заставляет того «выхватывать глазом» вкрапления вроде *где я? где ты? где точка опоры? зачем? кому это надо?* и воспринимать их как фокусы перспективы интерпретации.

Вопрос может быть апелляцией к стереотипному опыту: *Где она, молодость чистая наша?* (Д.А. Пригов. Взаимоотношения с высоким), к общему фонду знаний: *Помнишь картину? Охотники лес покидают. Жмутся собаки к ногам. Вечереет. Февраль* (С. Гадлевский. Было так грустно...), или к общей языковой компетенции автора и читателя: *Ты помнишь наш язык? Ступай, сжимая флаг!* (А. Парщиков. Мемуарный рекеивем) – здесь явно обыгрывается фразеологизм *флаг (тебе) в руки!*

Побуждением к коммуникации становится риторический вопрос, обращенный автором к себе и ко всем потенциальным читателям: *Умирает ли дом, если он забывает о нас?* (И. Жданов. Дом), ответом на такой вопрос часто становится весь текст.

Вопросы указывают на смысловые звенья, существенные для интерпретации текста, при этом автор, как бы не зная ответа, «ищет» его на глазах у читателя: *кто помнит: «Форос», по-гречески – «дань»?* (В. Аристов. Воскресная ярмарка в Форосе), подбирает точные слова, уточняет образы, определяя для объекта «место в предметном ряду»: *крылышком пыли и жгутиком между сосисок, / чем бы еще?* (А. Парщиков. Из города).

Вопрос может указывать на внутренний и внешний диалог одновременно, автор может его адресовать как себе, так и персонажу и читателю: *... А ты вот не думать пробовал? Не чувствовать геометрию / вселенной? Вообще не чувствовать?* (Ю. Арабов. Жил-был Макарий в Египте...); или давать читателю право задать автору тот же вопрос: *Я пишу: «Невозможно и описать, что тут началось!» / Господи! Что началось? / Да и есть ли хоть кто-нибудь, кто сумел бы объяснить, что все это значит?* (Л. Рубинштейн. Вопросы литературы). Есть интересные примеры того, как поэт «подсказывает» читателю вопрос к автору: *Вопрос, когда сменя пластинку, / пора задать...* (Т. Щербина. Вопрос, когда...).

4. Инсайд-аут («выворачивание наизнанку»)

Эта дискурсивная стратегия характерна исключительно для поэзии метареализма, *инсайд-аут* (термин К.А. Кедрова [Кедров 2000: 11]) означает преобразование внеязыкового мира в «возможный мир» текста на глазах у читателя. Образ верифицируется как реальностью, сопряжением ее состояний, так и языком: *Клубились сосны в быстром оперенье* (А. Парщиков. Lucy in the sky with diamonds), – кроны сосен в глазах поэта похожи на клубящиеся облака, а перистые облака, возможно, пролетают над соснами, создавая зрительное впечатление «встречи» клубящихся сосновых крон с перистыми облаками, которые и превращаются в их «оперенье». При этом автор может использовать и стратегию вопрошания, облегчая читателю идентификацию объектов в разных семантических планах: *А над озером в небе след, белый, уходящий ввысь / и расщепленный тоже надвое. Самолет? Так нет / его. Только след, и висит*

не двигаясь. И потом, / даже если и самолет, почему ввысь под прямым углом, / и висит не двигаясь, виден только этот **пинцет** / высоко над озером, а кто держит его, не видно. / **Может, все-таки самолет?** (С. Соловьев. Нелюбовь).

Вербальное выражение коммуникативной мультимодальности

Речевые жесты – звуковые иконические образы, указание на референт, экстренное введение в ситуацию путем отсылки к ситуативному стереотипу, поддерживающие стратегию актуализации, в поэтической коммуникации заменяют *кинесику*. *Дейктические координаты*, отражающие многомерность позиций коммуникантов и их положение относительно друг друга, – это некий аналог *проксемики*.

Особую роль в поэтическом тексте играют *паузы*. Как и при мультимодальной коммуникации, «паузы могут получать новый статус: не обозначая факт прерывания коммуникации, но обозначая “пространственную лауну”, заполняемую другой интерактивной деятельностью», и при этом «классическая схема “один говорит – другой слушает” нарушается таким образом, что один говорит, а другой в этот момент тоже “говорит”, но по-иному, без участия вербальных средств» [Петрова 2008: 108]. В поэтическом дискурсе коммуникативный статус паузы получают межсловные, межстрочные и межстрофные пробелы, анжамбеманы и разрывы строк. И поэты это очень хорошо чувствуют: *Скажу иначе: Я ТЕБЯ ЛЮБЛЮ – [...] Уж лучше: Я (пробелы) ТЫ (пробел) ЛЮБИТЬ // пробел, пробелпробел и сдуть / рой запятых...* (С. Соловьев. Во фразе Я ТЕБЯ ЛЮБЛЮ...); *паузы наши узы* (И. Кутик. Пятиборье чувств).

Заключение

Проведенный анализ показал, что стилеобразующим вектором в поэзии 1980–2000-х можно назвать установку на эффективность коммуникации с читателем. Основной коммуникативной стратегией стала не самопрезентация, а точнее – презентация автором своего видения мира, а стратегия сближения с читателем. С нею связаны и разнообразные дискурсивные стратегии, обеспечивающие суггестию и эмпатию: актуализация, театрализация и диалогизация текста не только облегчают читателю взаимодействие с автором и созданным им произведением, но и программируют его ответное «речевое поведение», определяя стратегию интерпретации. Используемые при этом тактики активизируют общие фоновые знания и социокультурные и языковые компетенции, автор включает читателя в «свой круг», вовлекая его в сотворчество, давая «ключи» к глубинным образам и структурам текста, побуждая к принятию взгляда на мир с воображаемой позиции или глазами другого, распознаванию его сменяющихся внутренних состояний или изменений ситуации. Модус

собственно языкового существования усиливает суггессию благодаря тому, что воздействие становится мультимодальным, связывающим присутствующие в воображении звуковые и зрительные образы и текст.

Список литературы

- Баранов А.Н., Северская О.И.* Поэтические практики в современном политическом дискурсе // *Общественные науки и современность*. 2016. № 4. С. 159–170.
- Дейк ван Т.А.* Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
- Демьянков В.З.* Когниция и понимание текста // *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2005. № 3. С. 5–10.
- Загидуллина М.В.* Мультимодальность: к вопросу о терминологической определенности // *Знак. Проблемное поле медиаобразования*. 2019. № 1(31). С. 181–188.
- Золотова Г.А.* Композиция и грамматика. // *Язык как творчество: сб. ст. к 70-летию В.П. Григорьева*. М.: ИРЯ РАН, 1996. С. 284–296.
- Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 5-е изд. М.: URSS-ЛКИ, 2008. 288 с.
- Иссерс О.С.* Люди говорят... Дискурсивные практики нашего времени. Омск: Изд-во Омского гос. ун-та, 2012. 275 с.
- Карасик В.И.* Языковые ключи. М.: Гнозис, 2009. 405 с.
- Карасик В.И.* Дискурсивное проявление личности // *Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. Лингвистика*. 2016. Т. 20. № 4. С. 56–77. DOI: 10.22363/2312-9182-2016-20-4-56-77.
- Кедров К.А.* Энциклопедия метаметафоры. М.: ДООС, 2000. 128 с.
- Ковтунова И.И.* Поэтический синтаксис. М.: Наука, 1986. 206 с.
- Мельничук О.А., Мельничук Т.А.* Стратегии художественного дискурса // *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2013. № 1. С. 125–135.
- Палеха Е.С.* Поэтический текст в рамках коммуникативного подхода (на примере стратегии самопрезентации в поэтическом дискурсе Н. Гумилева) // *Ученые записки Казанского университета. Серия «Гуманитарные науки»*. 2010. Т. 152. Кн. 6. С. 241–251.
- Петрова А.А.* Мультимодальные аспекты исследования интеракции // *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание*. 2008. № 2 (8). С. 105–111.
- Понятина Т.П.* Коммуникативная стратегия сближения с адресатом художественного текста // *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*. 2013. № 1(2). С. 235–237.
- Ревзина О.Г.* От стихотворной речи к поэтическому идиолекту // *Очерки истории языка русской поэзии XX века. Поэтический язык и идиостиль*. М.: Наука, 1990. С. 27–46.
- С чем идем в мир? Материалы круглого стола // *Поэзия: альманах*. 1988. № 50. С. 66–76.
- Северская О.И.* Язык поэтической школы: идиолект, идиостиль, социолект. М.: Словари.ру, 2007. 126 с.

- Северская О.И.* Коммуникативная перспектива поэтического текста // Логический анализ языка. Информационная структура текстов разных жанров и эпох. М.: Гнозис, 2016. С. 526–537.
- Северская О.И.* Актуализация поэтического высказывания как интерпретационная практика // Грамматические исследования поэтического текста: мат. Междунар. науч. конф. Петрозаводск: Изд-во Петрозаводского гос. ун-та, 2017. С. 44–48.
- Синельникова Л.Н.* Стихотворный текст: междисциплинарная интерпретация: монография. М.: Инфра-М, 2019. 265 с.
- Birch D.* Language, Literature & Critical Practice: Ways of Analysing Text. London – New York: Routledge, 2005. 232 p.
- Candel É.* Des coquelicots à la sueur du cheval: le « poétique » comme stratégie de communication. *Fabula: Littérature, Histoire, Théorie*. 2017. n° 18. URL: <http://www.fabula.org/lht/18/candel.html> (дата обращения: 01.04.2020).
- Emert T.* Talking to, talking about, talking with: Language arts students in conversation with poetic texts. *English Journal*. 2010. Vol. 99. No. 5. P. 67–73. DOI: 10.2307/27807195.
- Ferguson K.* La mise en scène de poèmes: mieux faire comprendre la poésie par l'art dramatique // *Faire la différence. De la recherche à la pratique*. 2014. No. 52. URL: http://www.edu.gov.on.ca/fre/literacynumeracy/inspire/research/WW_PerformPoetry.pdf (дата обращения: 01.04.2020).
- Hamon Ph.* Note sur une métaphore régnante: «l'empreinte». *Poétique*. 2019. Vol. 186, No. 2. P. 291–311.
- Hatim B., Mason I.* The Translator as Communicator. London – New York: Routledge, 2005. 216 p.
- Kempe A.* Watching the words: Drama and poems // M. Lockwood (éd.). *Bringing Poetry alive: A guide to classroom practice*. London: Sage, 2011. P. 113–128.
- Lehmann O.V., Chaudhary N., Bastos A.C., Abbey E.* Poetry and Imagined Worlds. London-Cham: Palgrave Macmillan – Springer Nature, 2018. 301 p. DOI: 10.1007/978-3-319-64858-3.
- Parret H.* The Aesthetics of Communication: Pragmatics and Beyond. Cham: Springer Science & Business Media, 2012. 174 p.
- Rembowska-Pluciennik M.* Poetyka intersubiektywności. Kognitywistyczna teoria narracji a proza XX wieku. Toruń: Wyd. Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2012. 393 s.
- Schmitt, R.* Bericht über das 1. Arbeitstreffen «Multimodale Kommunikation» // *Sprachreport*. 2004. No. 1. S. 31–34.
- Siltanen E.* Experimentalism as Reciprocal Communication in Contemporary American Poetry (John Ashbery, Lyn Hejinian, Ron Silliman). Amsterdam-Philadelphia: J. Benjamins Publ. Company, 2016. 210 p. DOI: 10.1075/fillm.4.
- Tourrette É.* Beaucoup de choses en peu de mots. *Poétique*. 2018. Vol. 184, No. 2. P. 233–245.
- Vultur I.* La communication littéraire selon Paul Ricœur // *Poétique*. 2011/2. No. 166. P. 241–249.

References

- Baranov, A.N., Severskaya, O.I. (2016), Poeticheskiye praktiki v sovremennom politicheskom diskurse [Poetic practices in contemporary political discourse]. *Social Sciences and the Present*, no. 4, pp. 159-170.
- Birch, D. (2005), *Language, Literature & Critical Practice: Ways of Analysing Text*, London – New York, Routledge publ., 232 p.
- Candel, É. (2017), Des coquelicots à la sueur du cheval: le « poétique » comme stratégie de communication. *Fabula: Littérature, Histoire, Théorie*, no. 18, available at: <http://www.fabula.org/lht/18/candel.html> (accessed date: April 1, 2020).
- Dejk, van T.A. (1989), *Yazyk. Poznanie. Kommunikaciya* [Language. Cognition. Communication]. Moscow, Progress, 1989, 312 p.
- Dem'yankov, V.Z. (2005), Kognitsiya i ponimaniye teksta [Cognition and understanding of the text]. *Issues of Cognitive Linguistics*, no. 3, pp. 5-10.
- Emert, T. (2010), Talking to, talking about, talking with: Language arts students in conversation with poetic texts. *English Journal*, vol. 99, no. 5, pp. 67-73. DOI: 10.2307/27807195.
- Ferguson, K. (2014), La mise en scène de poèmes: mieux faire comprendre la poésie par l'art dramatique. *Faire la différence: De la recherche à la pratique*, no. 52, available at: http://www.edu.gov.on.ca/fre/literacynumeracy/inspire/research/WW_PerformPoetry.pdf (accessed date: April 1, 2020).
- Hamon, P. (2019), Note sur une métaphore régnante: «l'empreinte». *Poétique*, no. 186(2), pp. 291-311.
- Hatim, B., Mason, I. (2005), *The Translator as Communicator*, London – New York, Routledge publ., 216 p.
- Issers, O.S. (2008), *Kommunikativnyye strategii i taktiki russkoy rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech], 5th ed., Moscow, URSS-LKI publ., 288 p.
- Issers, O.S., (2012), *Lyudi govoryat... Diskursivnyye praktiki nashego vremeni* [People say ... Discursive practices of our time], Omsk, Publ. House of the Omsk State University, 275 p.
- Karasik, V.I. (2009), *Yazykovyye klyuchi* [Language keys], Moscow, Gnozis publ., 405 p.
- Karasik, V.I. (2016), Diskursivnoye proyavleniye lichnosti [Discursive manifestation of personality]. *Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia*, ser. Linguistics, vol. 20, n° 4, pp. 56–77. DOI: 10.22363/2312-9182-2016-20-4-56-77.
- Kedrov, K.A. (2000), *Entsiklopediya metametafory* [Encyclopedia of Metametaphor], Moscow, DOOS Publ., 128 p.
- Kempe, A. (2011), Watching the words: Drama and poems. M. Lockwood (éd.), *Bringing Poetry alive: A guide to classroom practice*, London, Sage publ., pp. 113-128.
- Kovtunova, I.I. (1986), *Poeticheskiy sintaksis* [Poetic syntax], Moscow, Nauka publ., 206 p.
- Lehmann, O.V., Chaudhary, N., Bastos, A.C., Abbey, E. (2018), *Poetry and Imagined Worlds*, London-Cham, Palgrave Macmillan – Springer Nature publ., 301 p. DOI: 10.1007/978-3-319-64858-3.
- Mel'nichuk, O.A., Mel'nichuk, T.A. (2013), Strategii khudozhestvennogo diskursa [Strategies of literary discourse]. *Issues of Cognitive Linguistics*, no. 1, pp. 125-135.

- Palekha, Ye.S. (2010), Poeticheskiy tekst v ramkakh kommunikativnogo podkhoda (na primere strategii samoprezentatsii v poeticheskoy diskurse N.Gumileva) [Poetic text in the framework of a communicative approach (for example, the strategy of self-presentation in the poetic discourse of N. Gumilyov)]. *Kazan University transactions*, ser. Humanities, vol. 152, book 6, pp. 241-251.
- Parret, H. (2012), *The Aesthetics of Communication: Pragmatics and Beyond*, Cham, Springer Science & Business Media publ., 174 p.
- Petrova, A.A. (2008), Mul'timodal'nyye aspekty issledovaniya interaktsii [Multimodal aspects of the study of interaction]. *Bulletin of the Volgograd State University*, ser. 2: Linguistics, no. 2 (8), pp. 105-111.
- Ponyatina, T.P. (2013), Kommunikativnaya strategiya sblizheniya s adresatom khudozhestvennogo teksta [Communicative strategy of convergence with the addressee of a literary text], *Bulletin of the Nizhny Novgorod University*, no. 1(2), pp. 235-237.
- Ręmbowska-Pluciennik, M. (2012), *Poetyka intersubiektywności. Kognitywistyczna teoria narracji a proza XX wieku*, Toruń, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 393 s.
- Revzina, O.G. (1990), Ot stikhotvornoy rechi k poeticheskomy idiolektu [From poetic speech to a poetic idiolect]. *Ocherki istorii yazyka russkoy poezii XX veka. Poeticheskiy yazyk i idiosstil'* [Essays on the history of the language of Russian poetry of the twentieth century. Poetic language and idiostyle], Moscow, Nauka publ., pp. 27-46.
- S chem idem v mir? Materialy kruglogo stola [What are we going to the world with? Materials of the round table] (1988). *Poetry: almanac*, no. 50. pp. 66-76.
- Schmitt, R. (2004), Bericht über das 1. Arbeitstreffen «Multimodale Kommunikation». *Sprachreport*, no. 1, pp. 31-34.
- Severskaya, O.I. (2007), *Yazyk poeticheskoy shkoly: idiolekt, idiosstil', sotsiolekt* [The language of the poetry school: idiolect, idiostyle, sociolect], Moscow, Slovare.ru publ., 126 p.
- Severskaya, O.I. (2016), Kommunikativnaya perspektiva poeticheskogo teksta [Communicative Perspective of a Poetic Text]. *Logicheskiy analiz yazyka. Informativnaya struktura tekstov raznykh zhanrov i epoch* [Logical Analysis of Language. Information structure of texts of different genres and eras], Moscow, Gnozis publ., pp. 526-537.
- Severskaya, O.I. (2017), Aktualizatsiya poeticheskogo vyskazyvaniya kak interpretatsionnaya praktika [Actualization of poetic utterances as interpretative practice]. *Grammaticheskiye issledovaniya poeticheskogo teksta* [Grammatical studies of a poetic text], Materials of International Scientific Conference, Petrozavodsk, pp. 44-48.
- Siltanen, E. (2016), *Experimentalism as Reciprocal Communication in Contemporary American Poetry (John Ashbery, Lyn Hejinian, Ron Silliman)*, Amsterdam-Philadelphia, J. Benjamins Publ. Company, 210 p. DOI: 10.1075/film.4.
- Sinel'nikova, L.N. (2019), *Stikhotvornyy tekst: mezhdistsiplinarnaya interpretatsiya* [Poetic text: interdisciplinary interpretation], Moscow, Infra-M publ., 265 p.
- Tourrette, É. (2018), Beaucoup de choses en peu de mots. *Poétique*, no. 184(2), pp. 233-245.

- Vultur, I. (2012), La communication littéraire selon Paul Ricœur. *Poétique*, 2012, no. 166, pp. 241-249.
- Zagidullina, M.V. (2019), Mul'timodal'nost': k voprosu o terminologicheskoy opredelennosti [Multimodality: on the issue of terminological certainty] // *Sign. Problematic field of media education*, no. 1(31), pp. 181-188.
- Zolotova, G.A. (1996), Kompozitsiya i grammatika [Composition and grammar] // *Yazyk kak tvorchestvo* [Language as Creativity], for the 70th anniversary of V.P. Grigoriev, Moscow: RLI of RAS publ., pp. 284-296.

**“STAY WITH ME. TALK TO ME”:
READER INTERACTION STRATEGIES IN MODERN POETRY**

O.I. Severskaya

*V.V. Vinogradov Russian Language Institute of the Russian Academy of Sciences
(Moscow, Russia)*

Abstract: The article is devoted to the consideration of a poetic text as a communicative phenomenon with a high impact potential. The author defines the features of poetic communication, which is both mass and interpersonal, and its main goal, which is the poet's desire to communicate author's vision of the world and thereby change the picture of the reader's world, achieving empathy from it. Based on the understanding of the speech strategy as a cognitive communication plan, a program for generating and perceiving speech, the author talks about the fundamental reversibility of text-generating and interpretative strategies and offers own classification of strategies and tactics that are most often used in modern poetry. In this classification, the main communicative strategies of self-presentation and rapprochement with the reader are associated with auxiliary discursive strategies of actualizing, dramatizing and dialogizing the text and programming interpretations by tactics for highlighting objects and situations using sound “gestures”, pointing to the referent, framing, directly introducing the reader into the communicative context, attracting the recipient's attention through appeals and pragmatic instructions, interrogation, and some others. Particular attention is paid to the multimodality of interactions and its specific manifestations in poetic discourse. The study is based on the material of Russian poetry of the 1980-2000s using the methods of intent and discourse analysis.

Key words: poetic communication, communicative strategy, speech tactics, discursive practice, interpretative strategy, approaching to the reader, persuasion.

For citation:

Severskaya, O.I. (2020), “Stay with me. Talk to me”: reader interaction strategies in modern poetry. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 2, pp. 419-436. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).419-436. (in Russian)

About the author:

Severskaya, Olga Igorevna, Dr., Leading Researcher

ORCID: 0000-0002-6277-9756

Corresponding author:

Postal address: 18/2, Volkhonka ul., Moscow, 119019, Russia

E-mail: oseverskaya@yandex.ru

Received: April 4, 2020

Revised: April 14, 2020

Accepted: May 15, 2020

Раздел IV

КОММУНИКАТИВНАЯ ДИДАКТИКА





Part IV

COMMUNICATIVE DIDACTICS

СМЫСЛОВОЕ СЖАТИЕ ТЕКСТА КАК КОМПОНЕНТ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

И.М. Моисеенко¹, Н.В. Мальцева-Замковая², Н.В. Чуйкина³
^{1,2,3}Таллиннский университет (Таллинн, Эстония)

Аннотация: В статье приводится пример работы по обучению студентов смысловому сжатию текста. Навык смыслового сжатия и передачи текстовой информации, будучи неотъемлемым компонентом коммуникативной компетенции, является одним из ключевых в процессе речевого общения, в том числе профессионального. Для оценивания умения сжимать и передавать полученную информацию были разработаны соответствующие критерии и проведено предварительное тестирование студентов 1-го курса. Тестирование показало, что выпускники средних школ неудовлетворительно справляются с заданием сжато изложить содержание текста, в процессе преобразования текстового материала они не применяют распространенные приемы сжатия, полученное речевое произведение не содержит необходимые смысловые части. Исследуемой группе учащихся было предложено специальное обучение, содержащее набор подготовительных упражнений для развития навыков компрессии текста. В статье также приводится разработанный и примененный на практике цикл занятий. В результате целенаправленного обучения смысловому сжатию текстовой информации студенты научились выделять микротемы и использовать необходимые приемы компрессии. Кроме того, они смогли изложить содержание текста более логично. Таким образом, настоящее исследование позволяет сделать вывод не только о необходимости целенаправленного обучения смысловой компрессии текста, но и об эффективности применения разработанных авторами дидактических материалов.

Ключевые слова: смысловое сжатие текста, изложение, коммуникативная компетенция, эффективное общение, навыки и умения речевого общения.

Для цитирования:

Моисеенко И.М., Мальцева-Замковая Н.В., Чуйкина Н.В. Смысловое сжатие текста как компонент коммуникативной компетенции // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 2. С. 439–458. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).439-458.

Сведения об авторах:

¹Моисеенко Ирина Михайловна, кандидат педагогических наук, доцент Института гуманитарных наук

² **Мальцева-Замковая Наталия Викторовна**, кандидат педагогических наук, эмерит-доцент Института педагогических наук

³ **Чуйкина Наталия Владимировна**, кандидат филологических наук, лектор Института гуманитарных наук

Контактная информация:

^{1,2,3} Почтовый адрес: 10120, Эстония, Таллинн, Нарвское шоссе, 25

¹ E-mail: irmo@tlu.ee

² E-mail: talyz@inbox.ru

³ E-mail: natalia.tshuikina@tlu.ee

Дата поступления статьи: 19.02.2020

Дата рецензирования: 09.03.2020

Дата принятия в печать: 15.05.2020

Введение

В мировой лингвистике и дидактике уже на протяжении многих лет огромное внимание уделяется проблеме определения и содержания понятия коммуникативной компетенции (см., напр., [Шумилова 2017]). Работа над развитием коммуникативной компетенции включена в качестве основной цели обучения не только языкам и в программы подготовки филологов и учителей, она также является частью профессионального обучения специалистов широкого профиля, так как к числу обязательных умений относится навык эффективного общения в профессиональной среде [Нестеров 2009; Терехин, Евецкая 2011].

Человеческое общение представляет собой обмен текстами, созданными конкретными людьми с целью решения определенных коммуникативных задач. «Ведь речь может существовать в действительности только в форме конкретных высказываний отдельных говорящих людей, субъектов (этой) речи. Речь всегда отлита в форму высказывания, принадлежащего определенному речевому субъекту, и вне этой формы существовать не может» [Бахтин 1986: 263].

Этот процесс возможно представить следующим образом:

- ориентация в ситуации общения (установочная стадия);
- переработка информации исходного текста (исходных текстов), «усвоение» необходимого для создания собственного речевого произведения языкового материала (ориентировочная стадия);
- индивидуальное решение коммуникативной задачи (исполнительская стадия).

Данную деятельность можно изобразить также графически (рис. 1).

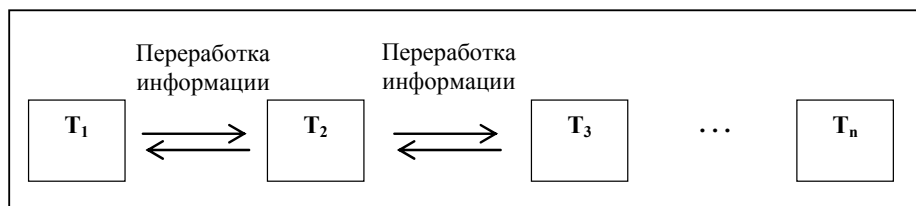


Рис. 1. *Схема коммуникативной деятельности*

Для успешного общения человек должен уметь воспринимать и перерабатывать информацию исходного текста (текстов), сжимать ее и передавать далее в собственном тексте с учетом коммуникативной ситуации. Как видим, процесс сжатия информации является важным структурным компонентом коммуникативного процесса.

Если говорить о дидактическом аспекте данной проблемы, то очевидно, что речь должна идти о развитии общего умения, или как его еще называют, обучении грамоте (literacy instruction). В последнее время обучение грамотности выходит на первый план при обучении учителей разных предметов. На это указывает в своей статье Элизабет Бирр Мохе, говоря о том, что в ходе подготовки учителей средних школ в процессе обучения содержанию предмета необходимо обращать внимание на развитие грамотности и использование стратегий чтения [Моје 2008: 96–97]. На передний план выдвигаются общие умения в области восприятия и производства текста, как письменного, так и устного. Для восприятия и создания текстов необходимо владение дискурсом, который конструирует дисциплину (например, [Luke 2001]), однако знания, полученные внутри какой-то дисциплины, должны быть переданы при коммуникации и поняты адресатам, а не просто составлять некоторый набор имеющейся информации [Foucault 1972; Luke 2001]). Приобретение профессиональных знаний невозможно без чтения большого количества текстов. Тем не менее, одного потребления информации недостаточно, в процессе обучения у учащихся важно развивать способы познания и общения внутри дисциплины. Такие умения переработки информации способствуют формированию критического чтения и мышления [Lee and Spratley 2010]. Реализацией же приобретенных умений является, в первую очередь, реферативное изложение изученной информации. «Развитие речевых умений реферативного изложения информации является важным условием подготовки специалиста любого профиля» [Басова 2015: 3]. В современной науке рассматриваются разные методы реферирования, например, поаспектное, предложенное В.И. Соловьевым [Соловьев 1983], а также фасетное, разработанное А.И. Жолковой [Жолкова 1985]. Несмотря на различия методов, главный принцип у них общий: в сокращенном реферативном изложении «точно, без искажений и интерпретации, воспроизводится *основное содер-*

жание первичного документа» [Нестерова, Герте 2013: 129]. Опираясь на концепции Н.И. Жинкина [Жинкин 1978] и А.И. Новикова [Новиков 2007] в области семантики текста и его понимания, Н.М. Нестерова и Н.А. Герте предложили использовать их положения в качестве методологической основы «как для исследования механизмов понимания и смыслового свертывания текста, так и для разработки методики реферирования, включая и *речевое сжатие*. Суть речевого сжатия состоит в членении денотатной структуры на крупные фрагменты и в их лексическом и синтаксическом “означивании”» [Нестерова, Герте 2013: 130].

Цель исследования. Результаты предварительного тестирования

Учитывая значимость умения сжимать информацию в процессе коммуникации, авторы предприняли попытку провести экспериментальное исследование. Целью проведённого эксперимента было выяснить, насколько студенты-первокурсники владеют умением сжато передавать содержание текста, а также апробировать возможную систему развития вышеуказанного умения.

В эксперименте приняли участие 18 испытуемых.

На первом этапе исследования студентам был предложен графический текст – фрагмент из научно-популярной книги М.А. Кронгауза «Русский язык на грани нервного срыва» под названием «Сделайте мне элитно» объёмом 372 слова (вместе со служебными словами).

Задачей испытуемых было сокращение текста. При этом не давалось никаких установок по работе с ним.

Предварительно исходный текст был проанализирован тремя независимыми экспертами (преподавателями-филологами), авторами настоящей статьи. В нём было выделено 6 микротем (смысловых частей). Также были определены критерии оценивания вторичных текстов. Таблица критериев приводится ниже (см. табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Критерии оценивания сжатого изложения

| <i>Критерии оценивания сжатого изложения</i> | <i>Баллы</i> |
|---|--------------|
| Содержание изложения | |
| Пишущий точно передал основное содержание текста, отразив все важные для его восприятия микротемы, использовал ключевые слова | 2 |
| Пишущий передал основное содержание текста, но упустил или добавил 1 микротему, использовал не все ключевые слова | 1 |
| Пишущий передал основное содержание текста, но упустил или добавил более 1 микротемы, отсутствуют ключевые слова | 0 |
| Сжатие исходного текста | |
| Пишущий применил необходимые приёмы сжатия текста, используя их на протяжении всего текста. | 2 |
| Пишущий применил 1 приём сжатия текста | 1 |
| Пишущий не использовал приёмов сжатия текста | 0 |

О к о н ч а н и е т а б л . 1

| <i>Критерии оценивания сжатого изложения</i> | <i>Баллы</i> |
|---|--------------|
| Смысловая цельность, речевая связность и последовательность изложения | |
| Работа характеризуется смысловой цельностью, речевой связностью и последовательностью изложения: – логические ошибки отсутствуют, последовательность изложения не нарушена, используются необходимые средства связи | 2 |
| Работа характеризуется смысловой цельностью и последовательностью изложения, но допущена 1 логическая ошибка и отсутствуют необходимые средства связи | 1 |
| В работе просматривается коммуникативный замысел, но допущены логические ошибки и отсутствуют необходимые средства связи | 0 |
| Учет функциональных особенностей исходного текста | |
| Учитываются | 1 |
| Не учитываются | 0 |
| Максимальное количество баллов за сжатое изложение | 7 |

За основу были взяты критерии оценивания сжатого изложения, применяемые в российских школах [ОГЭ–2017]. Эти критерии в полной мере коррелируют с признаками, характерными для любого «правильного» высказывания. «Использование языка осуществляется в форме единичных конкретных высказываний (устных или письменных) участников той или иной области человеческой деятельности. Эти высказывания отражают специфические условия и цели каждой такой области не только своим содержанием (тематическим) и языковым стилем, т. е. отбором словарных, фразеологических и грамматических средств языка, но прежде всего своим композиционным построением. Все эти три момента – тематическое содержание, стиль и композиционное построение – неразрывно связаны *в целом* высказывания и одинаково определяют спецификой данной сферы общения» [Бахтин 1996: 159].

Данные критерии были модифицированы и дополнены в соответствии с целями настоящего исследования. Прежде всего оценивалось содержание изложения, т. е. умение выделить микротемы исходного текста, используя ключевые слова. Затем оценивалось умение использовать приёмы сжатия текста. Обычно выделяют три таких приёма: исключение, обобщение, замена (упрощение) [Русский язык: к успеху шаг за шагом]. Авторы посчитали целесообразным рассматривать замену как разновидность обобщения.

Одним из критериев оценивания являлась смысловая цельность, речевая связность и последовательность изложения. Кроме того, важно было соблюдение функциональных особенностей исходного текста.

На выполнение работы отводился один академический час.

Результаты приводятся в таблице (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Результаты предварительного тестирования

| <i>Участники эксперимента</i> | <i>Оценка в баллах</i> | <i>Количество слов</i> |
|-------------------------------|------------------------|------------------------|
| А | 2 | 108 |
| Б | 2 | 156 |
| В | 3 | 53 |
| Г | 3 | 95 |
| Д | 3 | 84 |
| Е | 3 | 70 |
| Ж | 3 | 102 |
| З | 2 | 113 |
| И | 2 | 94 |
| К | 2 | 89 |
| Л | 2 | 157 |
| М | 2 | 143 |
| Н | 1 | 114 |
| О | 3 | 112 |
| П | 4 | 88 |
| Р | 3 | 61 |
| С | 3 | 77 |
| Т | 4 | 60 |

Участники эксперимента смогли выделить от двух до четырёх микротем из шести, в среднем по три микротемы.

Преимущественно (15 человек из 18) испытуемые использовали один приём сжатия, а именно исключение. Только трое из них смогли применить оба приёма компрессии.

Во всех работах наблюдалась недостаточная смысловая цельность, присутствовали логические ошибки, в ряде случаев нарушалась последовательность изложения. Студенты также затруднились в использовании необходимых средств связи. Максимальный балл не получил ни один из участников эксперимента, двое получили минимальный балл, остальные – 1 балл.

Всем студентам, кроме одного, удалось учесть функциональные особенности исходного текста.

Результаты констатирующего эксперимента показали, что студенты испытывают значительные затруднения при сжатии текста.

С целью совершенствования данного умения были разработаны необходимые материалы и на их основе проведено экспериментальное обучение. Ниже представлена методика, использованная авторами.

Обучающий эксперимент: содержание обучения

Материал рассчитан на 6 часов.

Цель обучающего эксперимента: научить кратко передавать информацию исходных текстов.

Задания

Задание 1. Рассмотрите таблицу (табл. 3). Какие умения необходимы при восприятии и воспроизведении текста?

Таблица 3

Умения при восприятии и воспроизведении текста

| <i>Восприятие текста (слушание/чтение)</i> | <i>Воспроизведение текста</i> |
|--|--|
| Анализ смысла: 1) определение темы и главной мысли; 2) составление плана; 3) определение опорных слов и выражений | Соблюдение логической последовательности. Учет функциональных особенностей исходного текста и типа речи (повествование, описание, рассуждение). Употребление опорных слов. Сохранение стиля текста. |

Задание 2. Составьте краткую памятку для конспектирующих текст. Отрадите в ней самое главное. Выполнить задание вам поможет комментарий.

Комментарий:

Конспект должен представлять собой расширенный план, отражающий структуру текста и его основные положения.

1. Подчеркивайте или маркируйте важные мысли. При просмотре записей такие пометки помогут быстро вспомнить содержание написанного, найти нужные места и т. п.

2. Используйте сокращения и символы.

3. Делайте короткие записи. Фиксируйте только самое важное.

6. Делайте записи разборчиво. Убедитесь, что они вам понятны. Если позже вы захотите их прочесть, то сможете расшифровать, записав подробно.

7. Постарайтесь понять логику изложения в целом и отразить ее в конспекте. Не записывайте несвязанные, обрывочные фрагменты.

Задание 3. Прослушайте фрагмент лекции составьте краткий конспект. С какими трудностями вы столкнулись при выполнении задания?

Задание 4. Прочитайте памятку. Объясните, почему нужно соблюдать последовательность изложения материала при написании сжатого изложения. Выполнить задание вам поможет комментарий.

Комментарий:**Как работать над сжатым изложением**

1. Внимательно прослушайте (прочитайте) текст.

2. Обдумайте содержание текста, определите, какая информация является основной, а какая – второстепенной.

3. Прослушайте (прочитайте) текст второй раз.

4. Выделите в тексте все микротемы.

5. Запишите ключевые слова, наиболее яркие выражения, которые связаны с передачей основной информации текста.

6. Составьте план, учитывая тип речи, (повествование, описание, рассуждение).

7. Продумайте, какие способы сжатия текста вы можете применить при кратком изложении содержания каждой части: исключение, обобщение и их сочетание.

8. Напишите сжатое изложение.

Задание 5. Познакомьтесь со способами смыслового сжатия текста (табл. 4, 5). Удачно ли сокращены тексты? Аргументируйте свой ответ.

Способы смыслового сжатия текста

Т а б л и ц а 4

Исключение

| <i>Что исключить и как?</i> | <i>Исходный текст</i> | <i>Сжатый текст</i> |
|---|---|---|
| <p>Как правило, исключаются подробности, детали, конкретные примеры, числовые данные, авторские пояснения, отступления, подробные описания, рассуждения и т. п.</p> <p>Для того, чтобы это сделать, нужно сначала разделить полученную информацию на главную (с точки зрения основной мысли) и второстепенную (несущественную), а затем второстепенную исключить.</p> | <p>Одна из теорий возникновения такого фольклорного жанра, как загадка, утверждает, что своим появлением она обязана табу: люди не осмеливались называть определенные предметы или явления, чтобы не вызывать их дух, не осмеливались тревожить. Поэтому о них говорилось метафорически. Для нас загадка – это сжатое, аллегоричное описание событий, явлений, которые нужно разгадать. Мы лишь улыбаемся, когда слышим, что предки не называли существо, на которое шли охотиться, «чтобы оно не услышало», и не задумываемся: может, в чём-то они были умнее нас.</p> <p>(По М. Белецкой)</p> | <p>По утверждению некоторых фольклористов, загадки своим появлением «обязаны» чувству страха. Далекие предки говорили метафорически, собираясь на охоту. Они боялись, что зверь их услышит. У нас загадки вызывают лишь улыбку.</p> |

Т а б л и ц а 5

Обобщение

| <i>Что обобщать и как?</i> | <i>Исходный текст</i> | <i>Сжатый текст</i> |
|--|---|---|
| <p>При обобщении материала сначала вычлняются единичные факты, однородные проблемы или мелкие вопросы, выделяется в них то, что их объединяет, является общим, а затем подбираются языковые средства для их обобщенной передачи.</p> | <p>Словом можно убить и оживить, ранить и излечить, посеять смятение и безнадежность и одухотворить, рассеять сомнение и повергнуть в уныние, сотворить улыбки и вызвать слезы, породить веру в человека и зародить неверие, вдохновить на труд и привести в оцепенение силы души.</p> <p>(По В. Сухомлинскому)</p> | <p>Слово обладает могучей, ни с чем не сравнимой силой влияния на жизнь человека.</p> |

Задание 6. Прочитайте тексты и выполните задания (табл. 6).**Ученики Деметры****Хлебопекари и «сладкие» пекари**

Пекари в Таллинне, очевидно, появились в **первые же дни существования города**, а из местных ремесел хлебопекарное было одним из старейших. Основными изделиями были **ржаной хлеб и ситник**. Когда в XVII столетии в Западной Европе быстрыми темпами стало **развиваться сахароварение**, наряду с пекарями **появились кондитеры**, объединившиеся в крупных городах в ремесленные цеха.



Уже в самом начале **XVII века** в Ревеле (Таллинне) появились **первые кондитеры**. Они принесли с собой умение использовать в выпечке **сахар**. Поначалу магистрат предложил им стать мастерами в цехе простых хлебопеков. По имеющимся данным, первым кондитером, приехавшим из Германии, был **Кристофер Мутти**, известно также, что он выпекал булочки, печенье, крендели. Но уже в 1624 году вынужден просить магистрат разрешить ему выпекать и ржаной хлеб, так как иначе он не в состоянии содержать семью. В те времена ревельские бюргеры отдавали предпочтение ржаному хлебу, их пока еще **не привлекали сладкие булочки**. Прошло еще **полвека**, прежде чем горожане по достоинству **оценили сласти**. В 1685 году в городе уже были **два «сладких» хлебопека: Ганс Фриде и Маркус Бекманн**. Они добивались разрешения Ратуши на учреждения отдельного от пекарей цеха, но то ли мастеров было мало, то ли время еще не пришло, им, по-видимому, отказали, так как прошло целое столетие, прежде чем в Ревеле появился цех кондитеров. Видя в кондитерах, или, как их называли, «сладких» пекарях, **опасных конкурентов**, обычные **хлебопеки** решили идти в ногу со временем и с 1677 года стали выпекать не только **хлеб** из ржаной муки, но и **булки из пшеничной**.

Ревельский магистрат, чтобы не создавать излишней конкуренции, учредил отдельный **цех кондитеров** и установил четкие **границы** между ассортиментами изделий хлебопеков и «сахарных» пекарей. Первым олдерменом (старостой) нового цеха стал **Иохан Задорофф**. Теперь ему приходилось кроме выпечки булочек, кренделей и пирожных выполнять нелегкие обязанности олдермена. Он поддерживал связь между цехом и магистратом, улаживал разногласия между ними, еженедельно сообщал членам цеха о новых ценах, установленных магистратом, и отвечал за их строгое соблюдение. Выполнял он свои обязанности, по-видимому, хорошо, так как 16 лет подряд избирался на эту должность.

«Сладких» дел мастера

Условия, при которых ученик становился подмастерьем, а затем и мастером-кондитером, не отличались от условий других ревельских цехов. Три года должен был ученик постигать секреты кондитерского мастерства, и если к нему со стороны его наставника-мастера не было претензий, он объявлялся свободным подмастерьем. В противном случае все приходилось начинать сначала. «Свободный» подмастерье не мог по своей воле покинуть мастера до тех пор, пока не найдется замена. Город строго наказывал недобросовестных подмастерьев, например, за отсутствие на работе в ночное время. Ежедневно ровно в семь часов вечера мастер вместе с подмастерьем приступал к выпечке, чтобы к утру покупатели могли получить свежую и теплую сдобу.

Чтобы получить звание мастера, нужно было в присутствии других членов цеха выпечь пшеничный сепик, булку и крендель. В случае неудачи претендента ожидало наказание. В Ревеле ограничивались денежным штрафом, а в европейских городах наказывали нерадивых позором. Еще в XVII веке в Праге существовало наказание пекаря или кондитера, уличенного в выпечке изделий с недовесом, неправильной формы или плохого вкуса. При большом стечении публики его спускали с моста в специальной корзине в воду.

В начале XVIII века на территории Эстонии шла Северная война между Шведским королевством и петровской Русью. Громыхали пушки, пылали пожары, скакала кавалерия, и было не до булочек и кренделей. Был бы хлеб! Потребовалось несколько десятилетий, прежде чем жители Ревеля пришли в себя и восстановили свой интерес к кондитерским изделиям.

Георг Штуде и другие



В конце XVIII – начале XIX веков в Ревеле появляются кафе и кондитерские. В 1774 году ревельский бюргер Бенедикт Витте открыл на улице Нигулисте кафе *Stadt Hamburg*, рядом с кафе была кондитерская с богатым выбором сладостей. В 1791 году кондитер из Швейцарии Иохан Гилли открыл свое заведение на Тоомпеа, в котором продавали ореховые торты, пирожные, печенье и шоколад. В эти же годы некий Давид Вогте имел кондитерскую на улице Пикк у Больших Морских ворот. Здесь кроме пирожных можно было заказать цукаты, сахарные фигурки и глазурированные сладости.

В 1804 году на углу улиц Пикк и Хобусепа была открыта кондитерская Лоренца Кавиетцели, а через два года он купил у купца Георга

Шлихтинга на другой стороне той же улицы дом напротив церкви Пюхавайму (под современным номером 16) и вскоре открыл в нем «сахарную пекарню». После кончины Кавиетцеля кондитерская принадлежала его вдове Доротее, а затем швейцарскому кондитеру Конраду Реперу, который в свою очередь продал дом и кондитерскую нарвскому мастеру Георгу Штуде. В 1864 году он открыл здесь кондитерскую и магазин, которые сохранились до нашего времени. Это единственная в средневековом городе кондитерская, дожившая до наших дней.

Те, кто постарше, помнят не только удивительно вкусные и красивые торты, пирожные, печенье и разную выпечку, но и сказочные фигурки зверюшек и фруктов из марципана, которые делали у Штуде. Все это упаковывали в элегантные муаровые коробки с единственным украшением золотой монограммой в углу «GS» (Георг Штуде).

(По материалам статьи Л. Лившица. «Молодежь Эстонии», 27.04.04)

Сжатое изложение текста «Георг Штуде и другие»

На рубеже 18 и 19 веков в Ревеле открываются кафе и кондитерские. Они принадлежали разным владельцам и располагались на улицах Нигулисте, Пикк, Хобусепа, на Тоомпеа. В кондитерских всегда был богатый выбор сладостей, например, в одной продавали ореховые торты, пирожные, печенье и шоколад, а в другой – цукаты, сахарные фигурки и глазурированные сладости.

До наших дней сохранилась только кондитерская, которая была открыта в 1804 году. В 1864 году ее купил Георг Штуде. Старожилы города до сих пор вспоминают удивительно вкусные торты, пирожные, печенье, выпечку, сказочно вкусный марципан. Сладости упаковывали в элегантные коробки с золотой монограммой «GS» (Георг Штуде).

Т а б л и ц а 6

Вопросы и задания к текстам

| <i>Хлебопекари и «сладкие» пекари</i> | <i>«Сладких» дел мастера</i> | <i>Георг Штуде и другие</i> |
|--|--|--|
| 1. Какова главная мысль текста? 2. Почему в тексте выделены некоторые слова и словосочетания? | Выделите в тексте существенную информацию. Перескажите текст устно. | Сравните исходный и сжатый тексты. Ответьте на вопрос: какой(ие) способ(ы) сжатия текста был(и) использован(ы)? |

Задание 7. Напишите сжатое изложение по исходному тексту. Для этого прочитайте текст, выделите основную информацию и составьте план. Затем определите, от какой информации можно отказаться.

Психологи обнаружили, что разумнее формировать привычки, а не тренировать волю

Согласно исследованию, опубликованному в издании *Journal of Personality and Social Psychology*, выработка правильного стиля поведения, попросту говоря привычек, гораздо важнее, чем попытка управлять собой с помощью силы воли. Ученые полагают, что в целом несложная методика формирования привычек может поменять жизнь гораздо сильнее, нежели опора на самоконтроль.

Стресс и усталость могут превратить нас в «зомби», но исследование ученых из Университета Южной Калифорнии показывает, что «зомби» не обязательно ведут себя плохо: переедают, днями напролет занимаются шопингом и т. п. Мы можем превратить нашу слабость в силу и даже в состоянии тяжелой депрессии поддерживать правильный образ жизни.

На основе пяти экспериментов, исследователи приходят к выводу, что мы имеем ограниченную способность к саморегуляции, которая не позволяет нам контролировать свои действия в периоды депрессии или сильной усталости.

Однако эксперименты показали, что в период упадка сил сохраняются наши привычки, и не только плохие, но и хорошие. Получается, что депрессия не обязательно сталкивает человека в пропасть обжорства и других проявлений гедонизма и саморазрушения. Если заблаговременно сформировать положительные привычки, вроде здорового завтрака или походов в спортзал, то даже в депрессии мы будем следовать заложенной позитивной программе. Это не только поддержит здоровье в тяжелые периоды, но и поможет выйти из них и изменить жизнь к лучшему.

Исследование ученых показывает, что мы часто ошибаемся, пытаемся контролировать свое поведение с помощью силы воли. Но, скорее всего, в некоторых случаях самоконтроля недостаточно и лучше всего формировать хорошие привычки – они сохранятся и будут работать даже тогда, когда мы устали и не можем себя контролировать.

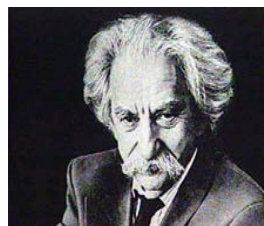
Например, в одном эксперименте в течение семестра студентам-добровольцам обеспечили нехватку сна. В результате привычки студентов усилились: те, кто ели нездоровую пищу, стали есть ее еще в больших количествах. Но одновременно наблюдалось и обратное, например те, кто читали газеты по утрам, делали это даже в условиях нехватки времени.

Данное исследование показывает, что современные методики профилактики негативных состояний ошибаются, когда пытаются опираться лишь на силу воли человека. Лучшим способом предотвратить заболевание является создание соответствующих привычек, которые станут надежной страховкой в любой жизненной ситуации.

(По материалам сайта http://www.rsci.ru/science_news/234450.php)

Задание 8. Какую проблему поднимает Ю.М. Лотман? Вы согласны с утверждением: «*Мы живем в интересное время*»? Работайте над анализом материалов пятнадцать минут (чтение, план, опорные слова и фразы). Напишите сжатое изложение, используя разные способы сжатия текста (время – 30 минут). При проверке обменяйтесь тетрадами. Оцените работу однокурника, отметьте сильные и слабые стороны.

Юрий Михайлович Лотман (1922–1993) – литературовед, культуролог и семиотик. С 1950 года был преподавателем Тартуского университета, одним из основоположников семиотической школы. Член-корреспондент Британской академии наук (1977), член Норвежской академии наук (1987), академик Шведской королевской академии наук (1989) и член Эстонской академии наук. В конце 1980-х годов создал серию познавательных телевизионных передач «Беседы о русской культуре».



Есть много признаков, отличающих человека от животного. Я не к тому, что человек умный, а животное глупое. Животное совсем не глупое. Оно обладает большим умом, но его ум всегда связан с определенной ситуацией. Знаете выражение: «Как баран перед новыми воротами». Это не значит, что баран – глупое животное. Баран обладает достаточно высоким уровнем интеллекта. Но его интеллект прикован к определенной ситуации, он теряется. А человек всегда находится в непредвиденной ситуации. И у него есть только две ноги: интеллект и совесть. Совесть без развитого интеллекта слепа, но не опасна, однако опасен интеллект без совести.

Мы живем в очень интересное время. И хотя неинтересных времен нет, бывают такие времена, о которых историки, оставя чистые страницы, отмечают, что ничего особенного не произошло. А те страницы, которые полностью исписаны, – показатель времени бурного, насыщенного событиями и переменами, когда жизнь нелегка и требует от человека очень многого. А у человека постоянно возникает множество ситуаций, когда появляется возможность выбора: поступить одним или другим способом. Каким? На то и совесть дана человеку. Чтобы сделать правильный выбор. И по этому выбору можно судить о человеке. Нельзя судить камень за то, что он падает вниз. Но человек не может говорить себе: «Я был в таком положении, я ничего плохого не хотел, но были такие обстоятельства, я иначе поступить не мог...» Это неправда! Не бывает обстоятельств, когда нельзя поступить иначе. А если у нас такие обстоятельства все-таки находятся, значит, у нас нет совести. Совесть – это то, что диктует, как поступить, когда есть выбор. А выбор есть всегда... конечно, выбор – вещь тяжелая, поэтому дураком быть легче, с дурака нет спросу: «Мне приказали, а что я мог сделать?», «Меня привели, а вы бы сами попробовали...» Итак, чему же учатся люди в течение всей своей жиз-

ни? Люди учатся Знанию, люди учатся Памяти, люди учатся Совести. Это три предмета, которые необходимы в любой Школе.

(По Ю. Лотману)

Задание 9. Напишите сжатое изложение статьи профессора Таллиннского университета Ирины Белобровцевой об известном русском поэте Давиде Самойлове.

ТООМИНГА, 4, или УЛИЦА ДВУХ ДАВИДОВ



Давид Самойлов стал жить в Пярну с середины 70-х годов. Древние римляне говорили: "Veni, vidi, vici – пришёл, увидел, победил". У Самойлова с Пярну получилось по-другому: он пришёл, увидел, и Пярну его победил. Здесь всё было не так, как в его родной Москве. Вместо огромной столицы – небольшой провинциальный городок, вместо шума и грязи – тишина и чистота, вместо географического положения в центре европейской части России – город на море. Море поразило поэта, ведь поэты всегда тянутся к морю, к свободе, к простору. И Пярну для Самойлова был воплощением поэзии.

Семья – он сам, его жена Галина и трое детей, двое сыновей и дочь, – поселились на улице Тооминга. Самойлов тут же выяснил, что по-русски это означает *Черёмуховая*, и это тоже было частью поэзии. "Улица Тооминга" – так он назвал одну из своих книг. Но под этим именем эту улицу знали все, а в семье её называли иначе. Дело в том, что на Тооминга в течение многих лет, всегда в одном и том же доме, отдыхал летом скрипач Давид Ойстрах. Самойлову очень понравилось, что совсем рядом с ним, на одной короткой улице, жил его знаменитый на весь мир тёзка. И в шутку он стал говорить, что живет в Эстонии, в Пярну, на улице двух Давидов.

Кто только не побывал в гостеприимном пярнуском доме Самойлова! Знаменитые музыканты, актёры, космонавт и астроном, врачи и политики, само собой множество писателей, русских и эстонских. Как магнитом, притягивал хозяин дома – мудрый и весёлый, талантливый и острый на язык.

Многие стихи Самойлова написаны так, что читая их, будто идёшь по Пярну, дышишь морским воздухом, видишь прадеда Пушкина, Абрама Ганнибала, которого почти триста лет назад послали в этот город строить военные укрепления. Самойлов был счастлив в этом городе, в стихотворении "Залив" он написал:

Я сделал свой выбор. Я выбрал залив,
тревоги и беды от нас отдалив,
а воды и небо приблизив.

Конечно, он ездил в родную Москву, выступал на поэтических вечерах, встречался с друзьями, получал премии. Но последним своим приютом выбрал все-таки Пярну, где и покоится на кладбище под высокими соснами. А на двух домах по улице Тооминга висят две мемориальные доски – там жили два Давида.

Результаты обучающего эксперимента

Выполнение последнего задания было проанализировано по представленным выше критериям. Объем текста для чтения составил 355 слов (при 372 словах в тексте предварительного тестирования). Результаты занесены в таблицу (табл. 7), сравнение полученных оценок отражено на рис. 2.

Таблица 7

Результаты эксперимента

| Участники эксперимента | Оценка в баллах | | Количество слов | |
|------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| | до экспериментального обучения | после экспериментального обучения | до экспериментального обучения | после экспериментального обучения |
| А | 2 | 5 | 108 | 107 |
| Б | 2 | 5 | 156 | 157 |
| В | 3 | 4 | 53 | 118 |
| Г | 3 | 6 | 95 | 109 |
| Д | 3 | 6 | 84 | 101 |
| Е | 3 | 6 | 70 | 171 |
| Ж | 3 | 6 | 102 | 108 |
| З | 2 | 4 | 113 | 127 |
| И | 2 | 3 | 94 | 157 |
| К | 2 | 3 | 89 | 96 |
| Л | 2 | 6 | 157 | 178 |
| М | 2 | 5 | 143 | 176 |
| Н | 1 | 4 | 114 | 113 |
| О | 3 | 4 | 112 | 127 |
| П | 4 | 4 | 88 | 123 |
| Р | 3 | 4 | 61 | 149 |
| С | 3 | 5 | 77 | 171 |
| Т | 4 | 6 | 60 | 170 |

Если в первом случае, при проведении констатирующего эксперимента, сжатие проводилось в ущерб содержанию (многие микротемы не были выявлены), то во втором – большее количество микротем оказалось выделенным, что обусловило больший объем высказывания. Следовательно, нельзя считать количество слов в тексте после сжатия показателем развития данного умения. Заметно, что общая оценка за сжатое из-

ложение текста значительно повысилась (в среднем на 2,2 балла), Характерно, что на 3 и более баллов повысилась оценка у половины участников эксперимента. И только один студент не смог улучшить свои показатели. 6 человек набрали 6 баллов из 7 возможных, 4 – 5 баллов, 6 – 4 балла и только 2 – 3 балла.

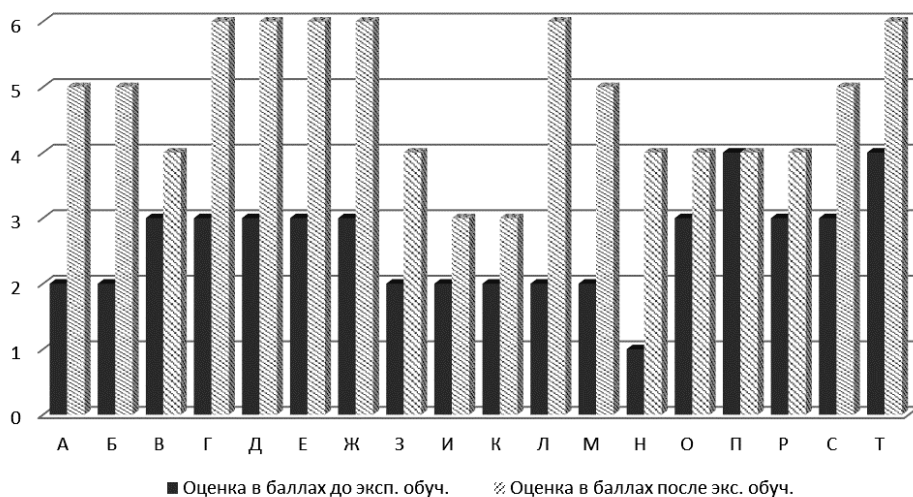


Рис. 2. Сравнение оценок до и после обучения

После экспериментального обучения студенты смогли выделить от трех до восьми микротем из восьми, в среднем 5,8 микротем.

Преимущественно (12 человек из 18) участники эксперимента использовали оба приёма сжатия (как исключение, так и обобщение). Только шестеро из них не смогли применить оба приёма компрессии и пользовались лишь исключением. Большинство работ отличалось смысловой цельностью, речевой связностью и последовательностью изложения, в них отсутствовали логические ошибки, использовались необходимые средства связи: 11 участников эксперимента получили максимальное количество баллов (2 балла) по этому критерию. По-прежнему, не возникло трудностей с учетом функциональных особенностей исходного текста: все студенты получили максимальное количество баллов.

Заключение

Одной из важных составляющих коммуникативной компетенции является навык переработки и передачи полученной информации. Для эффективного речевого общения с опорой на текстовый источник ключевым становится процесс компрессии информации. Как показали наблюдения, довольно часто указанный навык недостаточно развит у современных абитуриентов.

Результаты экспериментального обучения свидетельствуют о возможности развития умения сжатия текста. При этом все составляющие этого умения поддаются совершенствованию. Непременным условием для формирования данного умения являются методически оправданная организация учебного процесса и использование соответствующих дидактических материалов.

Список литературы

- Басова И.А.* Методические основы обучения письменному реферированию аудиотекстов в профильных языковых вузах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2015. 23 с.
- Бахтин М.М.* Проблема речевых жанров // *Собрание сочинений*: в 7 т. М.: Русские словари, 1996. Т. 5: Работы 1940–1960 гг. 731 с.
- Бахтин М.М.* Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986. 444 с.
- Жинкин Н.И.* Сенсорная абстракция // *Проблемы общей, возрастной и педагогической психологии*. М., 1978. С. 38–59.
- Жолкова А.И.* Фасетный метод реферирования как проблема библиографирования технической литературы: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Л., 1985. 21 с.
- Нестеров В.В.* Коммуникативная компетентность как фактор профессиональной компетентности педагога // *Акмеология*. 2009. № 1. С. 19–26.
- Нестерова Н.М., Герте Н.А.* Реферирование как способ извлечения и представления основного содержания текста // *Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология*. 2013. Вып. 4 (24). С. 127–132.
- Новиков А.И.* Текст и его смысловые доминанты. М.: Азбуковник, 2007. 224 с.
- ОГЭ-2017. Критерии оценки сжатого изложения. URL: https://canvas.instructure.com/courses/889436/pages/kritierii-otsienki-szhatogho-izlozhieniia?module_item_id=6408738 (дата обращения: 12.02.2020).
- Русский язык: к успеху шаг за шагом. URL: <https://www.sites.google.com/site/rus-skijazykk5sagzasagom/> (дата обращения: 12.02.2020).
- Соловьев В.И.* Составление и редактирование рефератов // *Жанры информационной литературы: Обзор. Реферат*. М.: Книга, 1983. С. 199–318.
- Терехин В.А., Евецкая С.В.* Исследование коммуникативной компетентности специалиста сферы социально-культурного сервиса // *Российский психологический журнал*. 2011. Т. 8, № 1. С. 57–63. DOI: 10.21702/rpj.2011.1.6.
- Шумилова Е.А.* Коммуникативная компетенция как компонент качества профессиональной деятельности педагога // *Вестник ЮУрГУ. Серия «Образование. Педагогические науки»*. 2017. Т. 9, № 3. С. 61–68. DOI: 10.14529/ped170306.
- Foucault M.* The archaeology of knowledge and the discourse on language. New York: Pantheon Books, 1972. 245 p.
- Lee C.D., Spratley A.* Reading in the disciplines: The challenges of adolescent literacy. New York: Carnegie Corporation of New York. 2010. 34 p.
- Luke A.* Foreword // *Moje E.B., O'Brien D.G.* Constructions of literacy: Studies of teaching and learning in and out of secondary schools. New York: Erlbaum, 2001. P. ix-xii.

Moje E.B. Foregrounding the disciplines in secondary literacy teaching and learning: a call for change // *Journal of Adolescent and Adult Literacy*. 2008. № 52(2). P. 96–107. DOI: 10.1598/JAAL.52.2.1.

References

- Basova, I.A. (2015), *Metodicheskie osnovy obucheniya pis'mennomu referirovaniyu audiotekstov v profil'nyh yazykovykh vuzah* [Methodical basis for teaching reviewing of audiotexts in special linguistic higher schools], Dissertation, Moscow, 23 p.
- Bakhtin, M.M. (1996), *Problema rechevyh zhanrov* [Problems of language genres], Collected works, Moscow, Russian dictionaries, vol. 5: works 1940-1960, 731 p.
- Bakhtin, M.M. (1986), *Estetika slovesnogo tvorchestva*. [Aesthetics of word creativity], Moscow, Iskusstvo publ., 444 p.
- Foucault, M. (1972), *The archaeology of knowledge and the discourse on language*. New York: Pantheon Books. 245 p.
- Lee, C.D., Spratley, A. (2010), *Reading in the disciplines: The challenges of adolescent literacy*. New York: Carnegie Corporation of New York. 34 p.
- Luke, A. (2001), Foreword // Moje E.B., O'Brien D.G. *Constructions of literacy: Studies of teaching and learning in and out of secondary schools*. New York: Erlbaum. P. ix-xii.
- Moje, E.B. (2008), Foregrounding the disciplines in secondary literacy teaching and learning: a call for change // *Journal of Adolescent and Adult Literacy*. no. 52(2). pp. 96-107. DOI: 10.1598/JAAL.52.2.1.
- Nesterov, V.V. (2009), *Kommunikativnaya kompetentnost' kak faktor professional'noj kompetentnosti pedagoga* [Communicative competence as a factor of a teacher's professional competence], *acmeology*, no. 1, pp. 19-26.
- Nesterova, N.M., Gerte, N.A. (2013), *Referirovanie kak sposob izvlecheniya i predstavleniya osnovnogo soderzhaniya teksta* [Reviewing as a way to abstract and to communicate the clue of a text], *Perm state university herald. Russian and foreign philology*, iss. 4(24), pp. 127-132.
- Novikov, A.I. (2007), *Tekst i ego smyslovye dominanty*. [Text and its conceptual dominants], Moscow, Azbukovnik publ., 2007. 224 p.
- OGE-2017. *Kriterii ocenki szhatogo izlozheniya* [Criteria of summarising], available at: https://canvas.instructure.com/courses/889436/pages/kriterii-otsienki-szhatogho-izlozhieniiia?module_item_id=6408738 (accessed: February, 12 2020).
- Russkij yazyk: k uspekhu shag za shagom* [Russian: the way to success]. Available at: <https://www.sites.google.com/site/russkijazykk5sagzasagom> (accessed: February, 12 2020).
- Shumilova, E.A. (2017), *Kommunikativnaya kompetenciya kak komponent kachestva professional'noj deyatel'nosti pedagoga* [Communicative competence as a part of quality of a teacher's professional activity], *YuUrGU herald. Education. Pedagogy*, Vol. 9, no. 3, pp. 61-68. DOI: 10.14529/ped170306.
- Solov'ev, V.I. (1983), *Sostavlenie i redaktirovanie referatov* [Compiling and editing reviews], *Information literature genres: review*, Moscow, Kniga publ., pp. 199-318.
- Terekhin, V.A., Eveckaya, S.V. (2011), *Issledovanie kommunikativnoj kompetentnosti specialista sfery social'no-kul'turnogo servisa* [Research on the communicative

competence of a social-cultural service expert], *Russian psychology journal*, Vol. 8, no. 1, pp. 57-63. DOI: 10.21702/rpj.2011.1.6.

Zhinkin, N.I. (1978), *Sensornaya abstrakciya* [Sensor abstraction], *Problems of general, developmental and pedagogical psychology*, Moscow, pp. 38-59.

Zholkova, A.I. (1985), *Fasetnyj metod referirovaniya kak problema bibliografirovaniya tekhnicheskoy literatury*. [Faceted way of reviewing as an issue for technical literature bibliographing], *Dissertation*, Leningrad, 21 p.

CONCEPTUAL COMPRESSION OF A TEXT AS A COMPONENT OF COMMUNICATIVE COMPETENCE

I.M. Moiseenko¹, N.V. Maltseva-Zamkovaja², N.V. Tšuiкина³
^{1,2,3} *Tallinn University (Tallinn, Estonia)*

Abstract: The article presents an example how to work with students on the text conceptual compression. The skill of compression and transferring the information of a text is a solid part of communicative competence and it seems to be crucial in the process of verbal communication including professional conversation. There was conducted a beta testing among the 1st year university students in order to evaluate the skills to compress and transfer information. The examination shows that the secondary school graduates do not perform well being asked to compress the information of a text, they are not able to use adequate ways to transform the texts, the final text product does not include all vital conceptual details. The subject group of students was offered a special training, which included a number of exercises aimed on teaching to compress texts. The article also includes the designed course which was applied. As the result of such a focused instruction on text compression studies, the students learned how to highlight the key topics and to use the needed ways of compression. What is more, the final products appeared to be more logical. Hence the proposed research leads to the conclusion that not only such specially designed training is vitally needed, but also that the designed by the researchers exercises are effective.

Key words: conceptual compression of a text, summary, communicative competence, effective communication, skills for effective communication.

For citation:

Moiseenko, I.M., Maltseva-Zamkovaja, N.V., Tšuiкина, N.V. (2020), Conceptual compression of a text as a component of communicative competence. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 2, pp. 439-458. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).439-458. (in Russian)

About the authors:

¹ **Moiseenko, Irina Mikhaylovna**, PhD, Associate Professor of School of Humanities

² **Maltseva-Zamkovaja, Natalia Viktorovna**, PhD, Associate Professor

³ **Tšuiкина, Natalia Vladimirovna**, PhD, Lecturer of School of Humanities

Corresponding authors:

^{1,2,3} Postal address: 25, Narva mnt, Tallinn, 10120, Estonia

¹ E-mail: irmo@tlu.ee

² E-mail: talyz@inboz.ru

³ E-mail: natalia.tshuikina@tlu.ee

Received: February 19, 2020

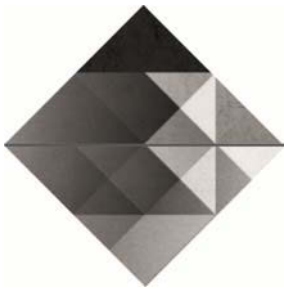
Revised: March 9, 2020

Accepted: May 15, 2020

Раздел V

РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА





Part V

REVIEWS. CHRONICLE

**О БОРИСЕ ЮСТИНОВИЧЕ НОРМАНЕ
И ЕГО КНИГЕ «ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ
РУССКОЙ ЛЕКСИКИ И ГРАММАТИКИ»
(Екатеринбург; Москва, 2019)**

Х. Куссе

*Дрезденский технический университет
(Дрезден, Германия)*

Аннотация: В статье представлена рецензия на монографию известного лингвиста Б.Ю. Нормана «Прагматический потенциал русской лексики и грамматики». В монографии содержится систематизированное описание средств русского языка, которые говорящий использует для выражения своего эмоционального и интеллектуального отношения к предмету речи, к собеседнику и к ситуации общения, дается представление о современном состоянии и перспективах развития лингвистической прагматики.

Ключевые слова: прагматика, лексика русского языка, грамматика русского языка.

Для цитирования:

Куссе Х. О Борисе Юстиновиче Нормане и его книге «Прагматический потенциал русской лексики и грамматики» (Екатеринбург; Москва, 2019) // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 2. С. 461–467. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).461-467.

Сведения об авторе:

Куссе Хольгер, доктор филологических наук, профессор славянского языкознания и истории славянских языков Института славистики

Контактная информация:

Почтовый адрес: 01062, Germany, Dresden, Service Center Studium, Dezernat 8

E-mail: holger.kusse@tu-dresden.de

Дата поступления статьи: 29.03.2020

Дата принятия в печать: 15.05.2020



В феврале 2020 года исполнилось 75 лет со дня рождения лингвиста и слависта Бориса Юстиновича Нормана. Уже два года раньше он научному сообществу и сам себе подарил объемную публикацию, которая является итогом многолетней научной деятельности. Название монографии выражает сущность лингвистики Бориса Юстиновича, которую он кратко излагает на первой странице предисловия: «Нет ничего в языке, что не нашло бы своего выражения в речи» (стр. 7). Эта основная предпосылка прагматично ориентированной лингвистики уже была выражена в известной монографии «Грамматика говорящего» 1994 го-

да, в которой я впервые познакомился с Борисом Юстиновичем – в то время только в форме чтения. Название вызвало вопросы: Разве грамматика не является свойством языковой системы или само представляет собой систему? Разве речь говорящего не является просто реализацией этой системы? Разве грамматика не противостоит живой речи? Такие критические вопросы основаны на хорошо известном различии между языком и речью в изложении Фердинанда де Соссюра а также на разделении синтаксиса, семантики и прагматики, которое связано с именем Чарльза Морриса. Такими названиями как «Грамматика говорящего» или «Прагматический потенциал русской лексики и грамматики» утверждается, что разграничение между грамматикой и коммуникацией и деление семиотики на три части терминологически возможны, однако нельзя их принимать в строгом смысле. Языковые правила, значения и коммуникативные действия всегда должны рассматриваться как взаимосвязанные.

Убеждение, что «семантика и прагматика обладают значительной общей частью, взаимопроникают и обуславливают друг друга» (стр. 12) мы с Борисом Юстиновичем разделяем. Оно для нас обоих исходный пункт исследования, что приводило к соавторству книги «Лингвистика в саду. Введение в теорию семантической инвариантности», вышедшую тоже в 2018 году. Когда мы в моем домашнем саду в городе Дрезден обсудили план, главные идеи и заголовки глав этой публикации, я на деле мог познакомиться с особым повествовательным талантом Бориса Юстиновича. Лингвистика у него не рисование отвлеченных структур языковой системы, а жизнь в коммуникативных случаях, находящихся в основном в повседневном общении и в литературе, и в этом живом мире лингвист найдет изобилие примеров, которые показывают именно тот прагматический потенциал языковых средств, который нам дает возможность общаться.

Не случайно книга «Прагматический потенциал русской лексики и грамматики» начинается с анализом роли местоименных слов в речевой

коммуникации. В первой главе обсуждаются такие основные феномены автореференции без которых общение немислимо: Языковая идентификация и самопрезентация личности, обозначение собеседника, местоимение «мы» и дискурсивная роль притяжательного местоимения. В рамке этой главы Борис Норман ссылается на известную теорию Романа Якобсона о «шифтерах», сигнализирующих «о том или ином способе участия человека в коммуникативном акте» (стр. 19). К ним относятся личные местоимения (*я, ты, мы ...*) и также совокупность средств пространственно-временного дейксиса (*здесь, сейчас ...*). Уже в этой первой главе становится ясно, что понимается под понятием прагматического потенциала. Так, например, функции личных местоимений далеко не исчерпываются референцией к говорящему, слушателю или предметам коммуникации. Местоимения маркируют социолекты, имеют сильный идентификационный потенциал, используются в зависимости от контекста и коммуникационных намерений и могут развить сильную манипулятивную силу. В качестве примера идентификационной функции, которую могут выполнять личные местоимения, Борис Норман вспоминает знаменитый лозунг «Я – Шарли Эбдо», ставший символом свободы и протеста против терроризма во всей Европе. Этим лозунгом с личным местоимением первого лица люди не отождествлялись с журналом или дали себе новое имя, а хотели «продемонстрировать свои идейные принципы» (стр. 27). В таких случаях самоидентификация как таковая менее важна, чем выражение убеждения и принадлежности к определенной группе единомышленников. В отличие от этого бывают случаи полной самопрезентации без использования местоимения, как, например брачные объявления, в которых даже имена не называются, а даются общие характеристики типа «Мужчина, 40, 180, 95, с двумя высшими образованиями, без вредных привычек, ищет подругу жизни» (стр. 29). Если «я» несмотря на многочисленность других функций всегда служит однозначной самореференции на говорящего, то местоимение первого лица множественного числа «мы» очень часто скорее скрывает, чем обнаруживает отправителя сообщения. Когда «на мониторе компьютера появляется надпись: “Мы обновили ваш компьютер” [...] производитель этого действия остается в тени» (стр. 35). В других случаях «мы» используется манипулятивными целями, чтобы внушать слушателям идею о сообществе, которое на самом деле не существует, или чтобы отнести выступающего к группе, к которой он на самом деле не принадлежит, или чтобы создать противопоставление между собственной группой и так называемыми другими. Это не тривиально, ибо, как справедливо замечает Борис Норман: «В оппозиции к “мы” понятие “они” концентрирует в себе черты далекого и неизвестного, чужого и чуждого, а потому склонно к негативной коннотации» (стр. 57). Таким образом местоимения несмотря на то, что они в качестве шифтеров денотативно «пустые» выражения, «участвуют в выражении разнообразной субъективной модальности, пе-

редают аксиологические (в том числе идеологические) оттенки, помогают наладить отношения в микроколлективе» (стр. 81).

Во второй главе читатель может познакомиться с классической теорией речевых актов и с альтернативными подходами русских лингвистов, которые предпочитают говорить о речевых тактиках или о регистрах коммуникации. Это типичная прагмалингвистика, однако в ней включены интересные детали, в том числе «Молчание как речевой ход». Показывается, как молчание в разных ситуациях может вызвать или избежать конфликты, служа как «компромисс между противоречивыми чувствами» собеседников и как «попытка смягчить сложную жизненную коллизию» (стр. 122). В этом отношении обращается также внимание на активную роль слушающего, для которого «характерно стремление семантизировать молчание собеседника, увидеть в нем определенный смысл» (стр. 123–124). Активную или пассивную роль слушателя в рамках теории речевых актов обсуждаются как правило под термином перлокуции. Он тоже встречается в данной главе книги Бориса Нормана, где особое внимание уделяется речевому манипулированию (стр. 149–154). С целью манипуляции возможно использовать модальные операторы, такие, как, например, *конечно, безусловно, разумеется, несомненно, само собой* и т. п. (стр. 151). Важно при этом отметить, что техники манипуляции не ограничиваются политическими, пропагандистскими, рекламными и т. д. жанрами, а встречаются также в научном дискурсе. Это показывается следующим примером: «**Не секрет**, что современная отечественная культура не склонна к текстопорождению (Г.Г. Слышкин. От текста к символу)». В его анализе автор пишет: «Считать, что современная российская культура “не склонна к текстопорождению” – значит по крайней мере не замечать новых литературных имен и отрицать массовое (повальное) увлечение литературным творчеством в Интернете. Но в любом случае, этот тезис требовал бы доказательства. А сказать “не секрет, что” – значит заставить принять гипотетическое за общеизвестное, и это не самый лучший путь убедить читателя» (стр. 151).

Прагматический потенциал можно наблюдать на всех уровнях языка: в лексике, в морфологии, в синтаксисе и на уровне текста и дискурса. Поэтому следующие главы 3–6 этим уровням посвящены. Они называются «Прагматический компонент в структуре лексического значения слова» (3), «Прагматический аспект морфологических категорий имени и глагола» (4), «Синтаксис под углом зрения прагматики» (5), «Использование языковых единиц в разных дискурсивных условиях» (6).

В третьей главе, «Прагматический компонент в структуре лексического значения слова», обсуждаются в числе прочих прагматические функции имен собственных, словообразовательные средства и дискурсивные слова, такие как, например, *вроде бы, кажется, думаю, впрочем, возможно* и т. д. Подобные элементарные прагматические средства здесь называются «прагматикон». Они придают совершенно разные смысла одинаковым

по дескриптивному содержанию конструкциям: «Рассмотрим простой пример – высказывание, которое произносит свидетель некоего происшествия: *Дверь была закрыта на верхний замок*. Эта фраза содержит в себе констатацию факта. Но говорящий может придать этой констатации разнообразные оттенки: сомнения, уверенности, удивления, досады и т. п. Он может сказать: *Дверь же была закрыта на верхний замок; Дверь, однако, была закрыта на верхний замок; Дверь, к сожалению, была закрыта на верхний замок; Дверь, черт побери, была закрыта на верхний замок* и т. д.» (стр. 182).

В рамках главы «Синтаксис под углом зрения прагматики» обсуждается отношение между менталитетом коллектива говорящих и структурой языка. Популярный – особенно в русскоязычной лингвистике – гумбольдтианский подход описывать так называемую языковую картину мира упоминается Борисом Норманом во введении монографии. Он не отрицает возможность некоторой связи между языком и ценностями и стандартами поведения в определенной культуре, но приближается к подобным идеям с подходящим научным скепсисом. В качестве примера он приводит инфинитивные предложения, такие как известные строки Александра Сергеевича Пушкина «Куда ж нам плыть?» или «Мне время тлеть, тебе цвести», конструкции которых и ныне распространены. Норман цитирует Анну Вежбицкую, которая видит в подобных бессубъектных предложений отражение русской пассивности и верности судьбе. Комментарий Бориса Нормана довольно лаконичен: «Думается, что такой уж прямой связи бессубъектных (в том числе инфинитивных) конструкций с особенностями русского национального характера нет, но важная роль этой языковой техники в выражении мысли несомненна» (стр. 316).

Устойчивые выражения и особенности определенных конструкций нередко связаны с речевыми жанрами и дискурсами, которым посвящена последняя глава монографии. В ней обсуждаются речевые жанры анекдота, рекламного объявления и инструкции к медицинским препаратам а также научный, дидактический и публицистический дискурсы и дискурс разговорной речи. Таким образом книга представляет собой ход от элементарных средств языка (лексемы, морфемы) вплоть до маркоструктур человеческой коммуникации.

Когда мы с Борисом Юстиновичем писали «Лингвистику в саду», мы, несмотря на научную близость, обнаруживали различия в методике и в подходе к анализу лингвистических феноменов: «В то время как Хольгер Куссе подходит к рассмотрению вопросов семантики скорее дедуктивно и пытается во множестве вариантных значений увидеть суть инвариантности, Борис Норман в основном работает индуктивно и, отталкиваясь от множества примеров, подчеркивает разнообразие вариантных значений» (Норман, Куссе, Лингвистика в саду, 2018, стр. 7). Однако нельзя сказать, что Борис Норман является индуктивистом в строгом смысле. Он не собирается из реального языкового материала выводить новые правила или

даже отвлеченные законы человеческого речевого поведения. В его исследованиях чувствуется скорее безограниченная страсть к языку и речи во всём их многообразии, включая всякие отклонения от норм, которые можно характеризовать как языковую креативность, языковое творчество или языковую игру. Недаром одну из его многочисленных книг Борис Юстинович посвятил именно языковой игре: «Игра на гранях языка, 2016». В предисловии этой книги перечислены три особенности подобной игры: эстетический момент, комический эффект, балансирование на грани нормы (Норман, *Игра на гранях языка*, 2016, стр. 7–10), и в «Нормановой лингвистике» как раз эти составляющие языки и речи находятся на переднем плане и определяют общее представление о языке: «Получается, что язык, при всей его системности, очень уж своеобразная система: сложная, “мягкая”, противоречивая» (там же, стр. 10). Борис Норман, который иногда любит себя назвать популяризатором лингвистических учений, уникально способен не только справляться с этой сложной и противоречивой материей, но и заразить слушателей своим энтузиазмом к языку и его креативности. Поэтому он в первую очередь смотрит на язык в его – говоря словами Романа Якобсона – поэтической функции и любит цитировать оригинальные, нередко шуточные изречения разговорной речи и художественные произведения. Его знание в этой области потрясающее, но – мало того – он сам выступает как поэт. Его собрание стихов на русском и белорусском языках под названием «Цветок огня» вышло 2015 году в Германии, в издательстве университета Грейфсвальд. Стихи гораздо менее известны, чем главные научные публикации Бориса Юстиновича. Однако стоит их читать как выражение вышеупомянутого энтузиазма к миру языка. Там можно найти и полезные советы для науки и жизни, например: «Не топчите мухоморы / Чертыхаясь про себя / Может быть, люминофоры / В них полезные сидят» (Норман, *Цветок огня*, 2015, стр. 4). Книга «Прагматический потенциал русской лексики и грамматики», как и другие публикации Бориса Юстиновича Нормана, полна люминофоров (мухоморы я там не нашел). Будем надеяться, что последует еще много других!

**ABOUT BORIS YUSTINOVICH NORMAN
AND HIS BOOK “THE PRAGMATIC POTENTIAL
OF RUSSIAN VOCABULARY AND GRAMMAR”
(Yekaterinburg, Moscow, 2019)**

H. Kusse

Dresden University of Technology (Dresden, Germany)

Abstract: The article presents a review of the monograph of the famous linguist B.Yu. Norman “The pragmatic potential of Russian vocabulary and grammar”. The monograph contains a systematic description of the means of the Russian

language, which speakers use to express their emotional and intellectual attitude to the subject of speech, to the interlocutor and to the communication situation, gives an idea of the current state and prospects of development of linguistic pragmatics.

Key words: pragmatics, vocabulary of the Russian language, grammar of the Russian language.

For citation:

Kusse, H. (2020), About Boris Yustinovich Norman and his book “The pragmatic potential of Russian vocabulary and grammar” (Yekaterinburg, Moscow, 2019). *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 2, pp. 461-467. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).461-467. (in Russian)

About the author:

Kusse, Holger, Doctor of Philology, Professor of Slavic linguistics and the history of Slavic languages of the Institute of Slavonic Studies

Corresponding author:

Postal address: Dezernat 8, Service Center Studium, Dresden, 01062, Germany

E-mail: holger.kusse@tu-dresden.de

Received: March 29, 2020

Accepted: May 15, 2020

**МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«ПОВСЕДНЕВНАЯ РЕЧЬ КАК ОБЪЕКТ ЛЕКСИКОГРАФИИ»
(ТРИНАДЦАТЫЕ ШМЕЛЕВСКИЕ ЧТЕНИЯ)**

А.Р. Пестова

Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН (Москва, Россия)

Аннотация: Представлена хроника Международной научной конференции «Повседневная речь как объект лексикографии» (Тринадцатые Шмелевские чтения), посвященной различным аспектам изучения повседневной речи, в частности описанию ее фонетических, лексических, грамматических и стилистических особенностей в толковом словаре.

Ключевые слова: конференция, хроника, лингвистика, лексикография, повседневная речь, грамматика, синтаксис, семантика, стилистика.

Для цитирования:

Пестова А.Р. Международная научная конференция «Повседневная речь как объект лексикографии» (Тринадцатые Шмелевские чтения) // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 2. С. 468–482. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).468-482.

Сведения об авторе:

Пестова Анна Разифовна, младший научный сотрудник Отдела современного русского языка

Контактная информация:

Почтовый адрес: 119019, Россия, Москва, ул. Волхонка, 18/2

E-mail: pestova2012@gmail.com

Дата поступления статьи: 17.03.2020

Дата принятия в печать: 15.05.2020

23–25 февраля 2020 г. в Москве состоялась Международная научная конференция «Повседневная речь как объект лексикографии» (Тринадцатые Шмелевские чтения). Конференция организована Отделом современного русского языка Института русского языка им. В.В. Виноградова РАН, который академик Дмитрий Николаевич Шмелёв возглавлял с 1971 по 1993 гг. Сфера его научных интересов включала лексикографию и функ-

циональную стилистику, что и обусловило выбор тематики очередных Чтений. Кроме того, в последние десятилетия заметно возросла коммуникативная роль устно-разговорных форм речи. На конференции обсуждались такие вопросы, как объём понятия «повседневная речь» (в сопоставлении с разговорной речью); формирование словника и подбор иллюстративного материала для толковых словарей повседневной речи; описание фонетических, лексических и грамматических свойств слов, используемых в повседневной речи, а также их стилистических характеристик.

В Чтениях приняли участие лингвисты из Москвы, Санкт-Петербурга, Калуги, Нижнего Новгорода, Екатеринбурга, Перми, Омска и других российских городов, а также зарубежные ученые из Финляндии, Венгрии и Австрии.

В первый день работы конференции прозвучало 11 пленарных докладов.

Открыла конференцию Е.Я. Шмелёва, заместитель директора по научной работе, ведущий научный сотрудник Института русского языка им. В.В. Виноградова РАН. Елена Яковлевна поделилась своими воспоминаниями о Дмитрие Николаевиче Шмелёве и показала участникам и слушателям Чтений его фотографии.

Л.П. Крысин (Москва) выступил с докладом «Повседневная городская речь и разговорная речь: сходства и различия». Исследования разговорной речи под руководством Е.А. Земской (1960–1990-е гг.) были посвящены в первую очередь фонетике и синтаксису, а также морфологии и словообразованию этой разновидности языка. Лексическому составу разговорной речи в этих работах уделялось меньше внимания. Однако в последние десятилетия активные процессы наблюдаются именно в составе лексики устных форм речи: в частности, просторечие, жаргон и сленг теперь широко используются не только в бытовом общении, но и в публичном, а также в средствах массовой информации. В докладе иллюстрируется разношёрстность современной городской речи: как в типах лексических значений и стилистической окраске слов, так и в социальном, возрастном и территориальном отношении. Все эти различия не укладываются в традиционные термины «разговорная речь», «разговорная разновидность литературного языка». Поэтому предлагается термин, актуальный для современной языковой ситуации, – «повседневная речь». Леонид Петрович рассказал об опыте лексикографирования повседневной городской речи, результатом которого стали три тома «Толкового словаря русской разговорной речи» (М., 2014, 2017, 2019, работа продолжается).

Проблема разграничения терминов «разговорная речь» и «повседневная речь» поднималась и в выступлении Н.В. Богдановой-Бегларян (Санкт-Петербург) «Повседневная речь: словарь vs словари». Повседневную речь Наталья Викторовна сравнивает с дискурсом в самом широком смысле слова: она вбирает в себя характеристики и говорящего, и слушаю-

щего, и всей коммуникативной ситуации. В докладе высказывалась идея создания академического словаря дескриптивного типа, который охватывал бы все разновидности языка в его устной форме. При этом источником такого словаря должны быть объёмные речевые корпусы, позволяющие установить частотность каждого реального употребления, в соответствии с которой и должна строиться структура словарной статьи (от наиболее употребительных – к гипотетически возможным). Помимо такого большого словаря русской повседневной речи, требующего многолетней работы коллектива лингвистов, необходимы также небольшие специальные словари. В качестве примеров Н.В. Богданова-Бегларян привела «Словарь редуцированных форм русской речи» (СПб., 2019) и «Путеводитель по дискурсивным словам русского языка», работа над которым ведётся в СПбГУ.

Е.Ю. Протасова (Хельсинки) представила доклад «Эмигрантская речь о еде», в котором рассматривался дискурс, связанный с едой, на материале устной речи русскоязычных эмигрантов в Финляндии, Германии, на Кипре и в США, а также на материале интернет-дискуссий русскоязычных обитателей зарубежья. Еда является в некотором смысле социальным знаком, с одной стороны, объединяющим «своих», с другой – отграничивающим от «чужих», что особенно актуально в эмигрантской среде, где есть потребность в самоидентификации. В докладе рассматривались частотные типы обсуждений и типы эмигрантской речи о еде: воспоминания о том, что ели в детстве, обсуждение названий продуктов питания, а также обмен впечатлениями от незнакомой еды в новой среде.

О.П. Ермакова (Калуга) в докладе «Лексикографические размышления и некоторые семантические процессы в лексике» выразила пожелание составителям словарей использовать термин «предикатив» в морфологической характеристике таких слов, как *незачем*, *стыдно* и т. п. вместо распространенных в словарях помет «в знач. сказ» или «нареч. в знач. сказ.». Первая подменяет морфологию синтаксисом, а вторая – не соответствует признакам наречий – зависимой части речи, неспособной иметь примыкающий инфинитив (ср. предикатив: нечего с ним связываться и т. п.). Ольга Павловна высказала мысль, что предикативы (и безличные, и личные) – уже сложившаяся часть речи, активно развивающаяся в разговорной речи, просторечии и жаргоне. В докладе также анализировались два семантических процесса, характерных для разных сфер речи: активизация метафор, возникающих не на основе коннотаций, а на базе реальных признаков предмета – формы, цвета и т. д. (*кирпич* – «дорожный знак», *зебра* – знак перехода), и замена одного гипонима другим (*поликлиника* – *больница*, *мыться* – *купаться*, *кровать* – *койка*). Первый процесс создаёт открытую семантическую структуру и порождает неограниченное количество новых значений. Второй способствует утрате одного из гипонимов и, следовательно, обеднению языка.

С докладом «Реплики-повторы и коммуникативы» выступил И.А. Шаронов (Москва). На примере коммуникативов *a to* и *мало ли* был проанализирован общий для многих экспрессивно окрашенных стереотипных конструкций эволюционный путь: от реплик-повторов, связанных с конкретными контекстами, к универсальным коммуникативам, которые могут быть использованы для выражения негативной реакции в ответ на любую реплику собеседника. Грамматикализация реплики-повтора «*a to ты не* + глагол из иницирующей реплики собеседника (обычно *знаешь*)» со значением 'категоричное подтверждение неуверенной гипотезы' происходит последовательно в два этапа. Сначала в ответ на общий вопрос или предположение, требующий подтверждения или отрицания, цитатный глагол с отрицанием заменяется на частицу *нет* или сочетание *как же* (*a to нет, a to как же*). На следующем этапе коммуникатив сокращается до формы *a to*, при этом снижательная коннотация по отношению к наивному собеседнику заменяется на шутовское самодовольство, хвастовство. Стереотипизация реплики-повтора «*мало ли что* + цитата из иницирующей реплики собеседника» приводит к эллипсису пропозиции придаточного с сохранением союза *что* и переходом ее в универсальный коммуникатив со значением более или менее пренебрежительного возражения на утверждение собеседника, который считает свое утверждение серьёзным.

Доклад «Повседневные речевые практики жителей современного дальневосточного города» Н.В. Михайлюковой (Владивосток) закрыл утреннее пленарное заседание. Он был посвящен языковому своеобразиею дальневосточного региона: в частности, регионализмам, которые отражают особую концептосферу Дальнего Востока, сочетающую признаки русской, европейской и восточноазиатской культур. Лексические особенности региона обусловлены такими факторами, как близость моря / океана (*медведка* 'вид крупной креветки', *Дай краба!* 'приветствие', *кубрик* 'комната, спальня') и тайги (*корень, панцуй* 'женьшень', *козочка* 'самка козули'), соседство со странами Азиатско-Тихоокеанского региона (*нихао* 'здравствуйте!', *сесе* 'спасибо', *китайка* 'недорогой ресторан / кафе китайской кухни') и автомобильный бизнес (разговорные номинации марок автомобилей: *Корова* – Toyota Corolla, *Слива* – Nissan Silvia; *топьяк* 'автомобиль, который был утоплен и отремонтирован').

Вечернее пленарное заседание открылось докладом М.Н. Приёмшевой (Санкт-Петербург) «Разговорная лексика vs разговорная речь: тенденции и проблемы лексикографического описания». Отследив историю становления «речевой лексикографии»: от осмысления устной речи как самостоятельной системы в 1970-е гг. до создания словарей разговорной речи после 2000-х гг., – Марина Николаевна обратила внимание на серьёзные теоретические проблемы, которые стоят перед авторами таких словарей. Во-первых, это мифологичность самого объекта исследования (устной

разговорной речи), так как традиционно описывается разговорная лексика из письменных источников. Во-вторых, это проблема функционально-стилистической идентификации пометы *разг.* в толковых словарях (или состава словника в словарях разговорной и народно-разговорной речи). В-третьих, спорной является терминологическая идентификация понятия – и здесь снова был поднят вопрос о противопоставлении терминов «разговорная речь» и «повседневная речь», который поднимался в докладе Л.П. Крысина. Докладчик указал на ещё бóльшую сложность и спорность термина «повседневная речь». Предлагалось определить четкие критерии определения объекта лексикографического описания, а также выработать новые методы и подходы, в частности с использованием компьютерных технологий (например, база данных «Один речевой день», СПбГУ).

Тему использования современных технологий для изучения повседневной речи продолжил совместный доклад Т.О. Шавриной и О.Н. Ляшевской (Москва) «Универсальные модели на корпусах повседневной речи как новые инструменты лексикографии». Речь шла о новых подходах к оперированию большими объёмами текстов – о векторных моделях, содержащих сжатую информацию о контекстах слов в корпусе, на основе которого они построены. В частности, это word2vec, fastText, Attention, RusVectōrēs, BERT, ULMFit. С помощью подобных программ можно выявлять свойства сочетаемости лексических групп. Был описан инструментарий и возможности таких моделей для изучения семантики и синтаксиса повседневной речи.

Е.А. Юрина (Томск) представила доклад «Способы представления образной семантики языковых единиц в “Словаре русской пищевой метафоры”». Были описаны принципы, которыми руководствовались авторы-составители «Словаря русской пищевой метафоры» (Томск, Т. 1, 2015; Т. 2, 2017; Т.3, 2019), содержащего метафоры, сравнения, идиомы, пословицы и поговорки, связанные с концептуальной областью «Еда». При составлении словника использовалось три критерия: иносказательный тип семантики языковой единицы, мотивированность наименованиями явлений гастрономической сферы и функционирование в современных дискурсивных практиках.

С докладом «Явление автокоррекции в устных формах речи» выступила А.Е. Цесарская (Владивосток). Было выделено три функционально-прагматических типа автокоррекции (полной или частичной корректировки уже произнесённого фрагмента речи): исправление, уточнение и пояснение. При автокоррекции говорящий использует метакорректоры: семантические (*то есть, в смысле, или/либо, вернее/точнее*) и коммуникативные (*ну, вот, ой, тьфу, блин*), а также метаязыковые комментарии. С точки зрения языковых уровней были разграничены лексическая (замена одного слова на другое слово либо словосочетание), грамматиче-

ская (замена одной словоформы на другую) и структурная (замена одной конструкции на другую) автокоррекция.

Завершились пленарные заседания в день открытия Шмелёвских чтений докладом О.С. Иссерс (Омск) «Проекты “Слово года” как источник для пополнения словника и иллюстративного материала толкового словаря повседневной речи». Обсуждался вопрос содержания термина «повседневная речь», которая была определена как подсистема общенационального языка, обслуживающая преимущественно сферу межличностного общения (но не ограниченная ею), широко представленная в современных СМИ. Важными характеристиками повседневной речи являются частотность, высокая употребительность её единиц и их актуальность. Докладчик обратил внимание на значимость хронологических характеристик для понимания лексической единицы. Для составления словника и в качестве источника пополнения иллюстративных примеров в толковых словарях повседневной речи (в частности, в «Толковом словаре русской разговорной речи» под ред. Л.П. Крысина) было предложено использовать материалы проекта «Слово года». Они дают представление о языковой картине современности в определённые хронологические рамки, а также позволяют точно датировать, с одной стороны, неологизмы, с другой – устаревшую лексику, вернувшуюся в активный словарь.

Во второй день конференции работало две секции: «Проблемы разноаспектного изучения повседневной (разговорной) речи» и «Категория оценочности в повседневной речи».

В докладах первой секции рассматривались вопросы изучения повседневной речи, связанные с её семантическими, синтаксическими и стилистическими особенностями. Затрагивались также такие темы, как лексикографирование повседневной речи и её терминологический статус.

Утреннее заседание первой секции открыл доклад Л.В. Балашовой (Саратов) «Место разговорной речи в формировании концептуальных моделей метафоризации», посвящённый метафоризации в разговорной речи в рамках семантического поля «Имущественные и финансовые отношения».

С. Янурик (Будапешт) выступил с докладом «Проблемы лексикографического представления разговорных глаголов-англицизмов в русском языке последних лет», в котором рассматривались вопросы представления новых разговорных глаголов-англицизмов (*кликать*, *апгрейдить*, *инсталлировать* и др.) в толковых словарях: в частности, определение их вида, разграничение семантических оттенков однокорневых глаголов с разными приставками, подача грамматической информации.

В докладе А.Б. Летучего (Москва) «Нестандартное оформление глагола в разговорных конструкциях с союзом *чтобы*» анализировался синтаксический статус конструкций, представленных в примерах типа *Надо билет дня делать, чтобы купил и едешь на троллейбусе любом весь*

день, как за границей; Парк, конечно, нужно окультурить. Чтобы **пришел – и красота!** Предлагалось рассматривать такие конструкции как синтаксические фраземы, специфическим свойством которых является соотношение между точечным и продолжительным событием. Указывалось, что нестандартное маркирование связано, во-первых, с экспрессивностью конструкции, во-вторых – с необходимостью сохранить фиксированные симметричные отношения между её элементами.

Стилистическому статусу существительных, образованных от прилагательных при помощи суффикса *-ак/-як* (*сквозняк, горчак, молодняк, наивняк, депресняк*), и его отражению в толковом словаре был посвящён доклад Е.А. Смирновой (Москва) «Лексикографическое представление соотношения нейтральных и разговорных значений производных слов на *-ак/-як*».

Терминологический статус повседневной речи обсуждался в совместном докладе И.В. Галактионовой и А.В. Птенцовой (Москва) «Слово *повседневный*: синхрония и диахрония». Для прояснения значения термина предлагалось проанализировать общеязыковое значение прилагательного *повседневный*. Была рассмотрена его семантическая история с XIV в., а также представлено описание его семантики в современном русском языке, выполненное в соответствии с принципами «Активного словаря русского языка» под ред. Ю.Д. Апресяна.

Е.В. Какорина (Москва) выступила с докладом «Семантический потенциал звукоподражаний (на материале “Толкового словаря русской разговорной речи”)». Было отмечено, что в разговорной речи звукоподражания обладают большим семантическим потенциалом, обозначая экспрессивно оцениваемые говорящим предметы, действия или события.

В докладе К.М. Шилихиной (Воронеж) «Полифункциональность и условия употребления конструкций *строго говоря, собственно (говоря)* в устной речи, в Корпусе и в словаре» анализировались лексикографические описания указанных конструкций и рассматривалось их функционирование в устной и письменной речи.

М.В. Сандакова (Нижний Новгород) представила доклад «*Нереально красиво*: интенсификаторы как объект лексикографирования», в котором обратилась к проблеме описания постоянно расширяющегося класса интенсификаторов в современных толковых словарях.

Совместный доклад И.А. Букринской и О.Е. Кармаковой (Москва) «Любительские диалектные словари как лингвистический источник» открыл вечернее заседание первой секции. В нём шла речь о диалектных словарях, составленных нелингвистами в конце XX – начале XXI вв. Отмечалось, что материал подобных словарей является ценным источником для диалектологов.

В докладе Е.В. Ерофеевой (Пермь) «Словарь социолекта любителей “Формулы-1”: принципы лексикографического описания речи субкульту-

ры» были описаны словник, структура словарной статьи и пометы, используемые в «Словаре социолекта болельщиков “Формулы-1”».

О.А. Шарыкина (Москва) в докладе «Проблемы изучения разговорной речи в школе (на примере заданий ОГЭ и ЕГЭ по русскому языку)» обратилась к вопросу восприятия разговорной и сниженной лексики современными школьниками. Были проанализированы причины затруднений, которые вызывают у учащихся задания по стилистике в ОГЭ и ЕГЭ по русскому языку.

В совместном докладе А.Н. Баранова и Д.О. Добровольского (Москва) «Ограничения на образование числа именного компонента русских идиом» рассматривались факторы, влияющие на реализацию категории числа существительных, входящих в состав идиом, на материале словника «Академического словаря русской фразеологии» (под ред. А.Н. Баранова и Д.О. Добровольского, 2015).

Доклад Г.Е. Крейдлина и А.Д. Козеренко (Москва) «От речи – через жесты – к молчанию, и наоборот (местоимённые и междометные фразеологические комплексы в русских устных и письменных диалогах)» был посвящён семантическим, синтаксическим, дискурсивным и некоторым другим свойствам (в частности, жестовому сопровождению) единиц типа *ни гугу, ни да ни нет, ни ответа ни привета, ни два ни полтора* и т. п.

А.С. Кулёва (Москва) в докладе «К вопросу о лексикографировании названий растений» обратилась к проблеме адекватного (полного и системного) словарного описания группы лексики, называющей растения. В существующих словарях отсутствуют многие актуальные в современном русском языке слова из этой тематической группы, а в толкованиях и стилистической квалификации имеющихся лексических единиц встречаются ошибки и неточности.

Завершил работу секции 1 совместный доклад Т.В. Крыловой и С.П. Тимошенко (Москва) «Краткие формы прилагательных в кодифицированном литературном языке, устной речи и устно-письменных текстах», в котором анализировались особенности употребления кратких форм прилагательных в разговорной речи (на материале устно-письменных текстов – комментариев в социальных сетях).

Заседания секции 2 «Категория оценочности в повседневной речи» открылись совместным докладом Е.Г. Басалаевой, Е.Ю. Булыгиной и Т.А. Трипольской (Новосибирск) «Стилистическая квалификация разговорной лексики в Базе данных прагматически маркированной лексики русского языка». Были описаны принципы работы над электронным ресурсом, который позволит дать полный лексикографический портрет прагматически маркированного слова, отразить его стилистическую характеристику, узловые значения, случаи актуального семного и семантического варьирования.

В ряде докладов в секции 2 (Н.Н. Розановой, Е.И. Голановой, А.В. Занадворовой, А.Р. Пестовой и Е.А. Никишиной) речь шла о наблюдениях над особенностями повседневной речи, которые сделаны в процессе работы над «Толковым словарём русской разговорной речи» под ред. Л.П. Крысина. Н.Н. Розанова (Москва) в выступлении «“Богач – бедняк”. Наблюдения над семантикой и употреблением имен лиц по принципу материального достатка в современной разговорной речи» обратила внимание на актуализацию лексики, обозначающей различия между людьми по материальному достатку (*богач, богатеи, денежный мешок vs босаяк, босота, голоштанник, нищеврод*). Такая активизация обусловлена резкой поляризацией общества: как в идеологическом, так и в социально-экономическом отношении – в последние несколько десятилетий. Рассматриваются особенности семантики таких номинаций и их употребления в современной повседневной речи. В докладе Е.И. Голановой (Москва) «Окказиональное и узусальное в толковых словарях повседневной речи (на материале “Толкового словаря русской разговорной речи”)» рассматривалось лексикографическое представление разговорных существительных, образованных на основе активной словообразовательной модели при помощи суффикса *-инка* (*горчинка, лукавинка, слабинка*). В частности, обсуждался вопрос о критериях их отбора в словник толкового словаря. О принципах лексикографического описания лексики “компьютерного обихода” шла речь в докладе А.В. Занадворовой (Москва) «“Компьютерная” лексика в “Толковом словаре русской разговорной речи”». Анализировалась семантика и сочетаемость глаголов, описывающих перемещение данных (*грузить, загрузить, загружать; качать, скачать, закачать; залить* и нек. др.). Проблемы стилистического маркирования слов и критерии разговорности обсуждались в выступлении А.Р. Пестовой (Москва) «Динамика стилистического статуса существительных на *-ка* – названий помещений». Е.А. Никишина (Москва) в докладе «Дискурсивные маркеры – регуляторы устной речи (*по*)слушай, (*по*)смотри, (*по*)стой и особенности их употребления» рассмотрела функции указанных форм глаголов (привлечение внимания собеседника, переключение темы разговора, предварение вывода и т. п.) в зависимости от таких факторов, как позиция дискурсивного маркера относительно других элементов высказывания, степень свободы на перемещение внутри одного высказывания, способность нести эмоциональную нагрузку, а также их просодическое оформление.

Н.Г. Брагина (Москва) представила доклад «Клише эмпатии в повседневной речи», в котором обратилась к речевым клише, связанным со стратегией подбадривания, успокоивания и утешения. Рассматривалась прагматика употребления частотного клише с высокой степенью идиоматичности *Всё будет хорошо*.

В докладе О.Ю. Богуславской (Москва) «Диминутивы, утратившие компонент субъективности» обсуждались свойства существительных, обо-

значающих части объектов, совокупности объектов или объекты нарушенной целостностью, характеризующиеся с точки зрения их размера, формы и типа субстанции, из которой они состоят (*лук, пучок, блок, клубок, клуб, клубок* и т. п.).

Н.К. Онипенко (Москва) выступила с докладом «Семантика и прагматика побудительных высказываний с глаголами эмоционального воздействия в современном русском языке (по материалам семантико-грамматического словаря русских глаголов)». Анализировались грамматические свойства каузативных эмотивов (*радовать, огорчать, удивлять* и т. п.), в частности категория лица и форм этих глаголов.

В совместном докладе В.Д. Черняк и Е.П. Носовой (Санкт-Петербург) «“А что у вас?": элементы детского чтения в обыденной коммуникации» обсуждались прецедентные тексты, сформированные детской литературой, и их элементы, которые активно употребляются в повседневной речи.

Е.Э. Базаров (Москва) в докладе «*Уже год, как...* или *Уже как год...*: об одной неканонической конструкции разговорной речи» проанализировал описание указанных конструкций с временным значением в словарях и грамматиках русского языка и особенности их употребления в современной разговорной речи.

В выступлении «Как в повседневном общении говорят о здоровье и болезнях?» Р. Ратмайр (Вена) сравнивала русский и немецкий речевой этикет, актуальный для дискурса о здоровье, на материале записей неприужденных диалогов, НКРЯ, а также на материале опроса информантов.

В заключительный день Шмелёвских чтений прозвучало 11 пленарных докладов.

Утреннее заседание открылось выступлением О.Г. Ровновой (Москва) «*Деньги* в повседневной речи старообрядцев Южной Америки». Была рассказана история миграции старообрядцев Южной Америки и даны общие характеристики их говора, сочетающего в себе черты как северного, так и русского наречий. Докладчик затронул вопрос отношения старообрядцев к богатству и деньгам, отметив, что эти темы в их повседневном общении табуированными не являются. Были перечислены названия валют, которые используются в современной речи старообрядцев: *пезы* (Аргентина, Уругвай), *реалы* (Бразилия), *доллары* и *евры*. Примечательно, что сохранились и названия русских денег: *копейка* со следующими значениями: ‘деньги’, ‘денежные средства в небольшом количестве’, ‘самая мелкая единица иностранной валюты’, ‘монета’ и *серебренник* (с особым, религиозным, значением ‘достоинство человека’). Рассматривалась также особая сочетаемость слова *копейка* в этом говоре (*двадцать копеек доллара, сделать копейку* ‘заработать деньги’, *копейка по копейке*).

В докладе М.Л. Каленчук (Москва) «Повседневная речь vs. разговорная речь: фонетические аспекты проблемы» обсуждался вопрос о стилистических отношениях на звуковом уровне языке. Был сделан краткий

обзор существующих подходов к решению этого вопроса и на основе анализа большого массива записей звучащей речи предлагалось вместо противопоставления «кодифицированный литературный язык vs разговорная речь», принятого в середине XX в. на основе критерия фонетической деформации, использовать противопоставление «кодифицированный литературный язык vs повседневная речь». В кодифицированном литературном языке могут быть полные или компрессированные формы, распределённые по различным фразовым позициям, при этом лексикографическому отражению подлежат и те и другие. В повседневной (бытовой спонтанной) речи слово подвергается тому уровню компрессии, при котором оно неопознаваемо вне контекста. Продемонстрировано использование данного подхода в «Большом орфоэпическом словаре» (под ред. Л.Л. Касаткина, 2018 г.).

Р.И. Розина (Москва) выступила с докладом «Крохотки: о том, чего нет в “Толковом словаре русской разговорной речи”». Рассматривалось употребление различных слов и конструкций, которые по разным причинам не вошли в указанный словарь: предлога *про* в ряде значений, не зафиксированных в толковых словарях русского языка (например: *Пенсионный возраст – это про всё население страны; Делаем упражнение про шею; Байден скорее про действие, а не про разговоры*); существительного *история* в прономинальном значении (*Кинотеатр – это совсем другая история*); нового изъяснительного союза *то что* (*Она боялась/ то что я брошу её с ребёнком//*); наречия *походу* вместо *похоже*; наречия *по чесноку* (*Хочешь по чесноку? Только без обид*); словосочетания *как-то так*, вытесняющего выражение *как бы*.

Доклад И.Б. Левонтиной (Москва) «*Мало сказать и мало того: непохожие похоже*» был посвящён внешне похожим, однако семантически различным выражениям. Оба они соединяют две части текста так, что вторая некоторым образом «усугубляет» первую и создаётся впечатление нарастания признака. Однако *мало сказать* употребляется прежде всего в метаязыковых контекстах, когда речь идёт о выборе слова: более слабое выражение заменяется на более сильное; в то время как выражение *мало того* типично при перечислении свойств самой ситуации, при котором последнее оказывается решающим. Отмечалось, что именно из-за этого различия рассматриваемые выражения имеют столь различные синонимы: *мало сказать – не то слово, мало того – вишенка на торте*. Анализировалось также употребление оборота *более того*, которое в некоторых контекстах сближается с *мало того*, а в других – с *мало сказать*. Тем не менее самыми характерными для этого оборота являются употребления, в которых возможна замена и на *мало того*, и на *мало сказать*.

В докладе Л.Л. Шестаковой (Москва) «Разговорная лексика в составе авторского словаря» рассматривались вопросы представления разговорных, просторечных и областных слов в авторском (писательском) сло-

варе на материале «Словаря языка Арсения Тарковского» (Т.А. Воронова, Воронеж, 2004–2014), «Словаря внелитературной лексики в “Царь-рыбе”» (Л.Н. Падерина, Л.Г. Самотик, Красноярск, 2008), «Словаря народно-разговорной лексики и фразеологии, составленного по собранию сочинений И.С. Тургенева» (Ф.А. Марканова, Ташкент, 1968), «Словаря языка русской поэзии XX в.» (под ред. В.В. Григорьева, Л.Л. Шестаковой, Москва, 2001–2019) и нек. др. Стилистические пометы в этих словарях обычно выполняют двойную функцию: во-первых, структурируют в стилистическом отношении лексикон автора, во-вторых – служат маркерами определённых черт его идиостиля. Например, в «Словаре языка Арсения Тарковского» лексемы с пометой *разг.* составляют отдельный пласт лексикона писателя, который соотносится с такой чертой его идиостиля, как склонность к выбору сниженных лексических средств при разработке некоторых тем (в частности, темы дома, семьи, быта, житейских ситуаций). Приводились примеры словарных статей из вышеуказанных авторских словарей. Кроме того, затрагивался вопрос о применении пометы *разг.* к авторским неологизмам, а также об объёме и составе разговорной лексики в сводном авторском словаре.

З.Ю. Петрова (Москва) представила совместный с Н.А. Николиной (Москва) доклад «Метафоры повседневной речи в зеркале современной русской художественной прозы». На материале творчества современных писателей (Ш. Идиатуллина, А. Иванова, С. Шаргунова, Т. Соломатиной, М. Зосимкиной и др.) анализировалось употребление метафор в русской разговорной речи. Докладчик указал на такую их особенность, как пейоративная оценочная семантика, и отметил особую активность зоонимических (*клоп, курица, крыса, ёжик*) и пищевых (*карамелька, пончик, пельмень*) метафор. Рассматривались также флористические метафоры (*бамбук, ботва, лопух*), метафоры компьютерного (*апгрейд*) и армейского (*карась, дух*) жаргона.

Вечернее пленарное заседание открыл совместный доклад И.В. Вепревой и О.А. Михайловой (Екатеринбург) «Аксиологическая составляющая повседневной речи: попытка лексикографического описания». В нём речь шла о принципах анализа повседневной речи в целях лексикографического представления аксиологической стороны повседневного общения. Задачей такого представления является описание аксиологических констант и динамики ценностных установок русского речевого быта. Предлагалось выделять два типа ценностно-ориентированных фрагментов разговорного текста: ценностные тематические фрагменты (оценивание направлено на объективно реальное содержание разговора) и ценностные коммуникативные фрагменты (оценивается собеседник). В рамках доклада рассматривались ценностные тематические фрагменты речи. Отмечалось, что аксиологически значимым может быть практически любой фрагмент диалога, при этом оценка не всегда выражается экспли-

цитно, а может быть реконструирована на основе ситуативной и энциклопедической фоновой информации.

Г.И. Кустова (Москва) представила доклад «Разговорные конструкции со значением высокой оценки и степени: между грамматикой и словарем», в котором обсуждался такой частный случай грамматикализации, как превращение полнозначной лексики в экспрессивы (языковые элементы, связанные с выражением эмоций или какого-л. возбужденного состояния человека). Отмечалось, что движение в сторону экспрессивов происходит с двух сторон: со стороны ментальных и речевых глаголов (пропозициональных глаголов: *Думаю, что Р, Знаю, что Р*) и со стороны эмоционально-оценочной лексики (оценочных слов: прилагательных, наречий, связанных с ними предикативов: *хорошо, плохо, ужасно, прекрасно*, – и существительных типа *красота, ужас*). Анализировались семантические и сочетаемостные особенности различных экспрессивов: в частности, отмечалось, что у ментальных предикатов есть пропозициональная валентность, а оценочные слова характеризуют отношение человека к ситуации и выражают изолированное состояние, поэтому не нуждаются в синтаксисе (кроме оценочных предикативов, которые обладают синтаксисом, но отличным от синтаксиса пропозициональных глаголов).

С докладом «К проблеме формирования словника “Интертекстуального тезауруса русского языка”» выступила Е.Я. Шмелёва (Москва). Были описаны принципы составления «Интертекстуального тезауруса русского языка», над которым работают Е.Я. Шмелёва, М.М. Вознесенская и О.А. Фокина. В нём будут собраны интертекстуальные единицы – интертекстемы (цитаты, квазицитаты, аллюзии, реминисценции, прецедентные имена и события и т. д.). Елена Яковлевна указала на основную трудность – составление словника такого тезауруса. На данный момент он содержит около 1000 единиц, отобранных на основе анализа больших массивов текстов современной литературы, СМИ и интернета. Работа над этим словником показала, что набор интертекстем не одинаков у представителей разных поколений и социальных групп, а также имеет региональные и индивидуальные особенности. Был предложен такой критерий включения интертекстуальной единицы в тезаурус, как возможность её идентификации в изменённом виде. Рассматривались такие виды трансформации интертекстем, как количественные (усечение/расширение исходного состава), качественные (фонетические, морфологические, лексические, синтаксические), а также смешанные. Неоднородность состава носителей различных интертекстем предполагается отразить посредством системы помет (*млад./стар., рег. и др.*).

В докладе Т.Е. Янко (Москва) «Просодия вопросов с *давно, долго и далеко*» анализировались вопросы, в которых отсутствует или может отсутствовать как интонационная конструкция ИК-3, так и вопросительное

слово. Исследовав данные вопросы на материале Мультимедийного под-корпуса НКРЯ, докладчик пришёл к выводу, что наречия большой степени признака *много, далеко* и т. д. образуют особый лексико-семантический класс, члены которого способны играть роль вопросительного слова в вопросах, функционально подобных вопросам с вопросительным словом (*далеко vs где, давно vs сколько времени, дорого vs сколько стоит*). Наречия формируют вопросы о параметрах ситуации, которые известны из контекста говорящему и слушающему. С точки зрения просодии изучаемые вопросы характеризуются интонационной конструкцией ИК-4 на исходе вопроса (хотя ИК-4 в работах по русистике обычно не рассматривается как маркер вопроса).

Завершились Шмелёвские чтения докладом А.Д. Шмелёва (Москва) «Разговорные и просторечные “общие” слова в нормативных словарях», в котором рассматривалось употребление существительных с самым общим значением: *штука, штуковина, штуkenция, хреновина, фиговина* – в русской разговорной речи и просторечии. Докладчик обратил внимание на проблему отражения в нормативных словарях их семантики, а также стилистических, сочетаемостных и синтаксических особенностей. Для решения этой проблемы предлагалось использовать современные корпусные данные, в том числе данных параллельных корпусов: ценную для лексикографа информацию можно извлечь не только из переводов русских текстов на иностранные языки, но и в большей степени из использования этих единиц в переводах на русский язык.

Сборник тезисов Шмелёвских чтений, отражающих основное содержание докладов, опубликован на сайте Института русского языка им. В.В. Виноградова РАН.

**AN INTERNATIONAL SCHOLARLY CONFERENCE
“EVERYDAY SPEECH AS THE OBJECT OF LEXICOGRAPHY”
(THE THIRTEENTH SHMELEV READINGS)**

A.R. Pestova

*V.V. Vinogradov Russian Language Institute of the Russian Academy of Sciences
(Moscow, Russia)*

Abstract: This article contains a chronicle of the International scholarly conference “Everyday Speech as the Object of Lexicography (The Thirteenth Shmelev Readings)”, devoted to the different aspects of the study of the everyday speech, such as description of its phonetic, lexical, grammatical and stylistic features in explanatory dictionaries.

Key words: conference, chronicle, linguistics, lexicography, everyday speech, grammar, syntax, semantics, stylistics.

For citation:

Pestova, A.R. (2020), An International scholarly conference “Everyday speech as the object of lexicography” (the Thirteenth Shmelev Readings). *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 2, pp. 468-482. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(2).468-482. (in Russian)

About the author:

Pestova, Anna Razifovna, junior researcher of the Department of the Modern Russian Language

Corresponding author:

Postal address: 18/2, Volkhonka ul., Moscow, 119019, Russia

E-mail: pestova2012@gmail.com

Received: March 17, 2020

Accepted: May 15, 2020

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

Правила представления авторами рукописей

Редакционная коллегия приглашает к сотрудничеству всех специалистов, интересующихся коммуникативными исследованиями и смежными проблемами. Публикация материалов осуществляется на русском и английском языках.

Журнал выходит четыре раза в год. Подаваемые статьи не должны быть опубликованы ранее, а также не должны находиться на рассмотрении в редакции других журналов.

Для публикации статья должна соответствовать требованиям международных рецензируемых изданий (РИНЦ, Web of Science, Scopus и др.) т.е. помимо основного текста содержать следующие сведения, представленные на **русском и английском** языках:

1. УДК.

2. Название статьи (прописными буквами); инициалы и фамилию автора (-ов); аннотацию (резюме); ключевые слова (5–8 слов через запятую) – на русском языке. Обращаем внимание авторов на то, что объем аннотации к статье в международном журнале обычно составляет около **150–200 слов**. Аннотация должна быть составлена самостоятельно, а не повторять фрагменты статьи. **Структура аннотации:** введение (постановка проблемы), цель и задачи, материал, методы исследования, результаты, заключение (выводы).

3. Информацию п. 2 в той же последовательности – на английском языке (ФИО автора (ов) – в транслитерации) – после основного текста статьи (см. образец оформления статьи).

4. Полный текст статьи на русском или английском языке. Объем статьи – 8–15 страниц (14 шрифт, интервал – 1), 20000–40000 знаков с пробелами.

Основной текст должен быть разделен на озаглавленные смысловые части и содержать: 1. Введение (постановка рассматриваемого вопроса, актуальность, краткий обзор научной литературы по теме, четкая постановка цели работы). 2. Описание материала и методов исследования. 3. Представление результатов/Обсуждение (описание проведенного анализа и полученные результаты). Возможны подразделы. 4. Заключение (основные выводы исследования).

5. Рисунки и графики принимаются только в высоком качестве (не менее 300 пикселей). Убедитесь в том, что таблицы и рисунки пронумерованы в порядке появления в статье и снабжены соответствующими пояс-

нениями в тексте. Подписи к таблицам оформляются более мелким шрифтом и располагаются над таблицей; подписи к рисункам оформляются более мелким шрифтом и располагаются под рисунком. Таблицы и рисунки не должны выходить за поля текста.

6. Список литературы на русском языке. Нумерация в списке литературы идет по алфавиту, в случае нескольких ссылок на одного автора – по хронологии. В список литературы включаются только те источники, на которые есть ссылки в тексте статьи. Количество ссылок должно содержать не менее 20 наименований. Ссылки на работы автора статьи – не более 20 %. Ссылки на источники на иностранном языке – не менее 30 %. Работы, опубликованные за последние 5–10 лет, – не менее 30 %. Во всех источниках должны быть проставлены страницы, год выпуска, город и издательство. Список литературы оформляется по ГОСТ Р 7.0.5-2008.

7. Список литературы в латинице (References): транслитерация имени автора; год публикации (в круглых скобках); выделенная курсивом транслитерация названия источника и – в квадратных скобках – его перевод; если речь идет о публикации внутри сборника или журнала, то прежде по аналогичному принципу указывается название материала, на который дается ссылка – без выделения курсивом и отделенное от названия источника точкой; английский вариант названия места издания и транслитерация названия издающей организации (с указанием publ.). Прочие данные (сведения о редакторе или составителе, сведения об издании, номер выпуска, объем) приводятся в переводе на английский язык с использованием принятых сокращений (см. ниже образец оформления статьи). При оформлении References используется стандарт «Harvard».

В случае, если выходные сведения источника уже содержали перевод необходимых элементов записи (как правило, если речь идет о журнальных публикациях или переводной литературе), равно как если речь идет о «типовых» названиях (например, «собрание сочинений» или «толковый словарь»), в описании источника достаточно привести лишь перевод, без сопровождения его транслитерацией, но в конце описания дав в круглых скобках указание на язык источника (in Russian).

Источники в списке литературы на латинице представляются в том же порядке, что и в списке на русском.

8. Список источников речевых иллюстраций, если автор считает необходимым его представление. Оформляется отдельно по представленным выше правилам под заголовком «Источники», на латинице – «Sources».

9. Данные об авторах: фамилия, имя, отчество полностью; ученая степень; ученое звание; должность с указанием организации; юридический адрес организации (не домашний); электронная почта автора (-ов).

10. Информацию п. 8 на английском языке в той же последовательности: фамилия, имя, отчество автора (-ов); ученая степень; ученое зва-

ние; должность; название организации; юридический адрес организации; электронная почта.

Требования к оформлению

Гарнитура – Times New Roman. Кегль основного текста – 14 pt, списков литературы, аннотации и ключевых слов – 12 pt. Везде используется абзац 1,0 см и одинарный интервал. Все поля – по 2 см. Объем предлагаемого материала не должен превышать **30 000 знаков** с учетом пробелов, включая примечания и литературу.

Ссылка в тексте на цитируемые работы оформляется в виде [Иванов 2008: 25].

Речевые иллюстрации набираются курсивом без заключения в кавычки, выделения делаются жирным шрифтом.

Ссылка на источник фактического материала оформляется в круглых скобках следующими способами:

(Л. Улицкая. Священный мусор),

(Огонек. 2013. №1),

(НТВ. Сегодня. 7.08.2013),

(<http://file-rf.ru/analytics/54> 3.03.2013).

Сноски желательно минимизировать. В случае необходимости следует давать их в сквозной нумерации в конце страницы.

Сокращения, условные обозначения и цитаты оформляются в соответствии с общепринятыми стандартами (ГОСТ Р 7.0.5–2008).

Обращаем внимание авторов на то, что в международном журнале часть информации представляется **на английском языке** (заглавия статей, аннотации, ключевые слова, названия организаций, к которым приписан автор, обозначения выходных данных). Ответственность за качество перевода возлагается на автора. Другая часть, которая не переводится на английский язык (фамилии авторов, русскоязычные названия первоисточников в списках литературы, собственные названия организаций и издательств), представляемых в оригинале в кириллице, должна быть представлена в романском (латинском) алфавите в одной из принятых систем транслитерации.

Данное требование является обязательным в журналах, реферируемых в международных системах научного цитирования Web of Science и Scopus.

Образец оформления списка литературы

Список литературы

Книга: Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974. 448 с.

Статья в журнале: Кибрик А.А. Когнитивные исследования по курсу // Вопросы языкознания. 1994. № 5. С. 126–139.

Часть книги: *Серль Дж.* Косвенные речевые акты / пер. с англ. Н.В. Перцова // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. М., 1986. С. 195-222.

Материалы конференции: *Кабакова Ю.А.* Убеждение как сложный комплексный речевой акт // Теория и практика германских и романских языков: мат. Всерос. науч.-практ. конф. Ульяновск, 2000. С. 96–98.

Электронный ресурс: *Гусейнов Г.Ч.* Заметки к антропологии русского Интернета // НЛО. 2000. № 43. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (дата обращения: 01.06.2006).

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского: официальный сайт. URL: <http://www.omsu.ru> (дата обращения: 24.02.2012).

References

Книга: Benveniste, E. (1974), *Obshchaya lingvistika* [The General Linguistics], Moscow, Progress publ., 448 p.

Статья в журнале: Kibrik, A.A. (1994), Kognitivnye issledovaniya po diskursu [Cognitive research on discourse]. *Topics in the study of language*, no. 5, pp. 126-139.

Часть книги: Searle, J. (1986), Indirect speech acts. *Novoe v zarubezhnoi lingvistike* [New in foreign linguistics], translated from English by N.V. Pertsov, Moscow, iss. XVII, pp. 195-222. (in Russian).

Материалы конференции: Kabakova, Yu.A. (2000), Ubezhdenie kak slozhnyi kompleksnyi rechevoi akt [Persuasion as a complex integrated speech act]. *Teoriya i praktika germanskikh i romanskikh yazykov* [Theory and practice of German and Romance Languages], Materials of All-Russian Scientific and Practical Conference, Ulyanovsk, pp. 96-98.

Электронный ресурс: Guseinov, G.Ch. (2000), Zametki k antropologii russkogo Interneta [Notes to the Anthropology of the Russian Internet]. *New Literary Observer*, no. 43, available at: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (accessed date: June 1, 2006).

Dostoevsky Omsk State University, available at: <http://www.omsu.ru> (accessed date: February 24, 2012).

Образец оформления статьи

УДК

НАЗВАНИЕ СТАТЬИ

Петров В.В.

Омский государственный педагогический университет (Омск, Россия)

Подготовлено при поддержке гранта...

Аннотация:**Ключевые слова:****Сведения об авторе (авторах):**

Петров Виктор Васильевич, профессор, доктор филологических наук.

Контактная информация:

Почтовый адрес:

E-mail:

Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [1]. Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [2]. Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [3]. Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [1]. Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [3]. Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи.

Список литературы**References****НАЗВАНИЕ СТАТЬИ (на английском языке)**

Petrov V.V.

Omsk State Pedagogical University (Omsk, Russia)

Abstract:**Key words:****About the author (authors):****Corresponding author:**

Postal address

E-mail:

Acknowledgements: (ссылка на грант)

Просим учесть, что материалы, не соответствующие тематике журнала или оформленные не в соответствии с перечисленными требованиями, к рассмотрению не принимаются.

Каждая поступившая в редакцию журнала статья рецензируется двумя анонимными рецензентами из числа российских и зарубежных ученых, компетентных в проблематике статьи. Файл с текстом статьи передается рецензентам тоже анонимно, т. е. без имени автора статьи и данных о нем. Рецензент должен оценить соответствие статьи проблематике журнала, актуальность и оригинальность работы, анализ материала и научный стиль, написать краткое обоснование / рекомендации. Замечания, содержащиеся в рецензиях (если есть), пересылаются автору ста-

ты (без указания имени рецензента). Редакционная коллегия принимает решение о публикации с учетом мнения рецензента.

Контакты

644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а. ОмГУ им. Ф.М. Достоевского
Факультет филологии и медиакоммуникаций. Тел.: +7 (3812) 229-815
Кафедра теоретической и прикладной лингвистики. Тел.: +7 (3812) 670-620

Гл. редактор Иссерс Оксана Сергеевна
Отв. секретарь Терских Марина Викторовна (terskihm@mail.ru)

INFORMATION FOR AUTHOR'S

Submission Guidelines

The Editorial Board invites to cooperate all experts interested in Communication Studies and related subjects. The materials are published both in Russian and English languages.

The Journal is published four times a year. Authors should not submit an article to the journal that is already published in another journal, as well as an article that is under consideration in another journal.

The article should comply with Russian Science Citation Index (RSCI), Web of Science and Scopus, i.e. in addition to the main text the article should include the following information in Russian and English languages:

1. Universal Decimal Classification.

2. Title of the article (in capital letters); initials and surname of the author (s); abstract (summary); key words (5-8 words separated by a comma) provided in Russian. Please, pay attention to the fact that the volume of an abstract to the article in the international Journal is usually about 150-200 words. The abstract should be prepared independently, and not to repeat the pieces of a paper.

3. Information of the item 2 in the same sequence – in English (full name of the author (s) – transliterated) – after the main text of the article (See an example below).

4. The full text of the article in English or Russian. The length of the article is 8-15 pages (14 pts font, single-spaced).

The main text should be divided into the semantic parts with headlines and include: 1. Introduction (the formulation of the issue, relevance, a brief review of the scientific literature on the topic, a clear object of the work). 2. Description of the material and methods of research. 3. Presentation of results / Discussion (description of the analysis and results obtained). Possible subsections. 4. Conclusion (main findings of the research).

5. Pictures and graphics are accepted only in high resolution (at least 300 pixels). Make sure that the tables and figures are numbered in the order in which they appear in the article and are provided with corresponding explanations in the text. The captions to the tables are made in a smaller font and are placed above the table; the captions to the pictures are made in a smaller font and are placed under the picture. Tables and pictures should not be outside the text area.

6. References in Russian. References should be listed alphabetically, in the case of multiple references to one author – chronologically. The list of references should include all and only references that are actually mentioned in the

text. The number of references must be at least 20. References to your works – no more than 20 %. References to sources in a foreign language at least 30 %. Works published for the past 5-10 years – not less than 30 %. All sources should be presented with pages, year of issue, city and publishing house.

7. References in the Latin alphabet: transliteration of the author's name; year of publication (in parentheses); the italicized transliteration of the source name and – in square brackets – its translation into English; if it is a publication in a collected articles or a journal, the name of the material should be given by a similar principle mentioned above, not emphasizing in italics and separating from the source name by a point; English version of the publication and transliteration of the name of the publishing organization (indicating publ.). Other data (information about the editors or contributors, information about the publication, issue number, volume) are translated into English using the adopted abbreviations (See an example below).

If imprint of the source has already some translation of the necessary elements (usually in the case of journal publications or translated literature), as well as in the case of common titles (for example, “collected works” or “explanatory dictionary”), in the description of the source it is enough to provide only the translation, without any transliteration, but, please, give the source language in parentheses at the end of the description (in Russian).

Sources in the references in the Latin alphabet are presented in the same order as in the references in Russian.

8. Provide a list of sources of speech illustrations in case if the author considers it is necessary to present. It is made out separately under the name “Sources” according to the above mentioned rules.

9. Information about the authors: name, surname, academic degree; academic title; position at the organization, organization; legal address of the organization (not your home address); E-mail of the author (s).

10. Information of the item 8 in English in the same sequence: surname, name of the author (s); academic degree; academic title; position; name of the organization; the legal address of the organization; E-mail.

Key Formatting Issues

Use Times New Roman: 14 pts fonts for the main text, 12 pt for references, abstracts and key words. All text should be single-spaced. Indent the first line of each paragraph by 10 mm. All margins are 20 mm. When submitting the article including notes and references, keep the text for your manuscript under 30,000 characters, including spaces, remarks and references.

It is essential that the references are formatted to the specifications given in these guidelines. This Journal uses the “Author-Date” style [Ivanov 2008:25].

Speech illustrations are typed in italics, bold, and without quotation marks.

Reference to the source of actual material is made in parentheses in the following ways:

(Ulitskaya L. Sacred garbage),
(Elsevier. 2013. No.1),
(NTV. Today. 7.08.2013),
(<http://file-rf.ru / analitics / 54 3.3.2013>).

Footnotes should be kept to an absolute minimum. Note indicators in the text should appear at the end of sentences or phrases, and follow the respective numeration. Footnotes should preferably be placed at the end of the page.

Abbreviations, symbols and citations are made in accordance with generally accepted standards.

We draw authors' attention to the fact that in the international journal some information is presented in English (the headings of articles, abstracts, key words, the names of organizations to which the author is assigned, and imprint). Authors are responsible for the quality of the translation. The other part, which is not translated into English (authors' names, Russian names of primary sources in references, names of organizations and publishers), presented in the original in Cyrillic, must be represented in the Roman (Latin) alphabet in one of the adopted transliteration systems (BSI is preferable).

This requirement is mandatory in journals peer-reviewed by the international scientific citation systems Web of Science and Scopus.

Example of references in Russian and English

Список литературы

Книга: Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974. 448 с.

Статья в журнале: Кибрик А.А. Когнитивные исследования по дискурсу // Вопросы языкознания. 1994. № 5. С. 126–139.

Часть книги: Серль Дж. Косвенные речевые акты / пер. с англ. Н.В. Перцова // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. М., 1986. С. 195–222.

Материалы конференции: Кабакова Ю.А. Убеждение как сложный комплексный речевой акт // Теория и практика германских и романских языков: мат. Всерос. науч.-практ. конф. Ульяновск, 2000. С. 96–98.

Электронный ресурс: Гусейнов Г.Ч. Заметки к антропологии русского Интернета // НЛО. 2000. № 43. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (дата обращения: 01.06.2006).

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского: официальный сайт. URL: <http://www.omsu.ru> (дата обращения: 24.02.2012).

References

Book: Benveniste, E. (1974), *Obshchaya lingvistika* [The General Linguistics], Moscow, Progress publ., 448 p.

Articlw: Kibrik, A.A. (1994), Kognitivnye issledovaniya po diskursu [Cognitive research on discourse]. *Topics in the study of language*, no. 5, pp. 126-139.

Part of a book: Searle, J. (1986), Indirect speech acts. *Novoe v zarubezhnoi lingvistike* [New in foreign linguistics], translated from English by N.V. Pertsov, Moscow, iss. XVII, pp. 195-222. (in Russian).

Conference proceedings: Kabakova, Yu.A. (2000), Ubezhdenie kak slozhnyi kompleksnyi rechevoi akt [Persuasion as a complex integrated speech act]. *Teoriya i praktika germanskikh i romanskikh yazykov* [Theory and practice of German and Romance Languages], Materials of All-Russian Scientific and Practical Conference, Ulyanovsk, pp. 96-98.

Electronic resource: Guseinov, G.Ch. (2000), Zametki k antropologii russkogo Interneta [Notes to the Anthropology of the Russian Internet]. *New Literary Observer*, no. 43, available at: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (accessed date: June 1, 2006).

Dostoevsky Omsk State University, available at: <http://www.omsu.ru> (accessed date: February 24, 2012).

Example of an article in Russian

УДК

НАЗВАНИЕ СТАТЬИ

Петров В.В.

Омский государственный педагогический университет (Омск, Россия)

Подготовлено при поддержке гранта...

Аннотация:

Ключевые слова:

Сведения об авторе (авторах):

Петров Виктор Васильевич, профессор, доктор филологических наук.

Контактная информация:

Почтовый адрес:

E-mail:

Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [1]. Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [2]. Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [3]. Текст статьи текст статьи текст статьи

текст статьи [1]. Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи
 текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [3]. Текст статьи
 текст статьи текст статьи.

Список литературы

References

Name of the article

Petrov V.V.

Omsk State Pedagogical University (Omsk, Russia)

Abstract:

Key words:

About the author (authors):

Corresponding author:

Postal address

E-mail:

Acknowledgements: (link to the grant if available)

Example of an article in English

Name of the article

Petrov V.V.

Omsk State Pedagogical University (Omsk, Russia)

Abstract:

Key words:

About the author (authors):

Corresponding author:

Postal address

E-mail:

Acknowledgements: (link to the grant if available)

Text of the article Text of the article Text of the article Text of the article
 Text of the article [1]. Text of the article Text of the article Text of the article
 Text of the article [2]. Text of the article Text of the article Text of the article
 Text of the article [3].

References

References (in Russian)

Name of the article (in Russian)

Author (s) name, name of the organization (in Russian)

Abstract and key words (in Russian)

Please note: we will not accept the materials that do not meet the subject area of the Journal nor fit the above mentioned requirements.

Each submitted article is reviewed by two anonymous reviewers among Russian and foreign scientists with expertise in the article issues. The article is sent to the reviewers anonymously, that is without the name of the author of the article and its data. The reviewer should evaluate the article compliance with the subject area of the Journal, urgency and originality of the work, material and language analysis, write a brief justification / recommendations. Notes contained in the reviews (if any) are sent to the author (without the name of the reviewer). The Editorial Board makes a decision whether to publish the article or not, taking into account the opinion of the reviewer.

Contact information

Dostoevsky Omsk State University, Prospekt Mira 55A, Omsk, Russia
Faculty of Philology and Media Communications. Tel.: +7 (3812) 229-815
Chair of Theoretical and Applied Linguistics. Tel.: +7 (3812) 670-620

Editor-in-chief Oxana Sergeevna Issers
Executive editor Marina Viktorovna Terskikh (terskihm@mail.ru)