

**КОММУНИКАТИВНЫЕ  
ИССЛЕДОВАНИЯ  
2022. Т. 9. № 2**

**Основан в 2014 г.**

Выходит 4 раза в год

Учредитель и издатель –  
ФГАОУ ВО «Омский государственный  
университет им. Ф.М. Достоевского»

Издается в рамках научного сотрудниче-  
ства с Институтом русского языка  
им. В.В. Виноградова РАН

Редактор Д.С. Нерозник  
Технический редактор Н.В. Москвичёва  
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 техноло-  
гий 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.omsu.ru/ru/>

Дата выхода: 31.05.2022.  
Ризографическая печать.  
Формат 70×100/16.  
Заказ 80. Тираж 25 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  
2022, Vol. 9, no. 2**

**Founded in 2014**

Published four times a year

Founded and published by  
Dostoevsky Omsk State University

The journal is published within the frame-  
work of scientific cooperation with Vinogra-  
dov Russian Language Institute of the Rus-  
sian Academy of Science (RAS)

Editor D.S. Neroznik  
Technical editor N.V. Moskvicheva  
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.omsu.ru/en/>

Date of publication: May 31, 2022.  
Risograph printing.  
Format 70×100/16.  
Order 80. Circulation of 25 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

**КОММУНИКАТИВНЫЕ  
ИССЛЕДОВАНИЯ  
2022. Т. 9. № 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.  
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.  
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  
2022, Vol. 9, 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. Krongauz  
(Moscow, Russia)

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

Prof. E. Lissan  
(Vilnius, Lithuania)

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

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

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

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

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

*Executive secretary of the journal*

PhD M.V. Terskikh  
(Omsk, Russia)

**СОДЕРЖАНИЕ**

**CONTENTS**

**Раздел I. ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ**

**Part I. THEORY OF COMMUNICATION**

<i>Кушнерук С.Л.</i> Стратегическое фреймирование как объект зарубежной коммуникативистики: истоки, проблемы, перспективы ..... 243	<i>Kushneruk S.L.</i> Strategic framing as an object of communication studies: origin, problems, prospects.....243
<i>Петракова Н.В.</i> Диалогизм в концепции М. Бахтина (по данным зарубежных исследований) ..... 260	<i>Petrakova N.V.</i> Dialogism in the concept of M. Bakhtin (according to foreign studies) .....260
<i>Темникова Л.Б., Вандышева А.В.</i> Социальные сети как неотъемлемый элемент современной коммуникации ..... 274	<i>Temnikova L.B., Vandyшева A.V.</i> Social media as an integral element of modern communication .....274

**Раздел II. СОВРЕМЕННЫЕ ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ**

**Part II. MODERN DISCOURSE PRACTICES**

<i>Кольшикина Т.Б., Шустина И.В.</i> Языковые средства создания рекламного образа как отражение концепции рекламной кампании ..... 287	<i>Kolyshkina T.B., Shustina I.V.</i> Linguistic means of creating an image as a reflection of the concept of an advertising campaign .....287
<i>Матиенко О.П.</i> Метафоры сферы-мишени 'экономика' в дискурсе современных российских медиа ..... 298	<i>Matienko O.P.</i> Metaphors of the target sphere 'economy' in the discourse of modern Russian media.....298
<i>Петрова И.А., Шерстинова Т.Ю.</i> Коммуникативные стратегии спортивных комментаторов (на материале соревнований по академической гребле) ..... 313	<i>Petrova I.A., Sherstinova T.Yu.</i> Communicative strategies of sports commentators (based on the materials of rowing competitions) .....313
<i>Попова Д.П.</i> Функции смеха в устной коммуникации сельских жителей (по материалам Томского диалектного корпуса) .... 328	<i>Popova D.P.</i> Functions of laughter in oral communication of villagers (based on materials of Tomsk Dialect Corpus) .....328

**Раздел III. КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ  
В ИССЛЕДОВАНИЯХ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА**

**Part III. COMMUNICATIVE ASPECTS IN THE STUDY OF LITERARY TEXTS**

<i>Кожина М.А.</i> Стратегии коммуникации автора, текста и читателя в современной драматургии ..... 345	<i>Kozhina M.A.</i> Communication strategies of the author, text, and reader in contemporary drama .....345
<i>Савченко А.В.</i> Специфика «языка военного обихода» и ее отражение в художественном тексте (русско-чешские параллели) ..... 358	<i>Savchenko A.V.</i> The specificity of the "military language" and its reflection in the work of art (Russian-Czech parallels).....358

## Раздел IV. КОММУНИКАТИВНАЯ ДИДАКТИКА

### Part IV. COMMUNICATIVE DIDACTICS

<i>Бахер С., Хованитц Г., Штадлер В.</i> Языковые изменения и медиаграмотность: перспективы обучения русскому языку как иностранному в эпоху цифровизации.....381	<i>Bacher S., Howanitz G., Stadler W.</i> Language change and media literacy: perspectives on Russian as a foreign language teaching in the digital age ..... 381
<i>Ратникова А.Г., Богуславская В.В., Мамонтов А.С., Чинь Тхи Ким Нгок.</i> Лексикографическое описание в словарях лингвокультурологической направленности: обзор современных подходов .....399	<i>Ratnikova A.G., Boguslavskaya V.V., Mamontov A.S., Trinh Thi Kim Ngoc.</i> Lexicographic description in linguoculturological dictionaries: a review of modern approaches.....399
<i>Степанова А.С.</i> Формирование лингвистической креативности на занятиях по русскому языку как иностранному.....413	<i>Stepanova A.S.</i> The formation of linguistic creativity in the classes of Russian as a foreign language ..... 413

## Раздел V. РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА

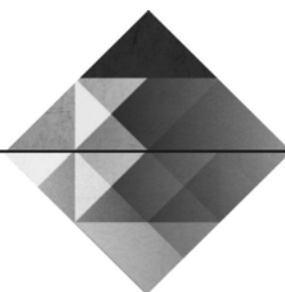
### Part V. REVIEWS. CHRONICLE

<i>Николаева О.В., Кохан И.Н.</i> Хроника конференции «Языковая и дискурсивная креативность человека говорящего: современный мир в языках России, Востока и Запада» .....429	<i>Nikolaeva O.V., Kokhan I.N.</i> Chronicle of the conference “Linguistic and discursive creativity of Homo loquens: The modern world in the languages of Russia, East and West” ..... 429
<i>Шевцова А.К.</i> Рецензия на монографию Е.Н. Василенко «Конфликт ценностей в интернет-коммуникации: когнитивный и прагмалингвистический аспекты» (Могилев: Могилевский государственный университет им. А.А. Кулешова, 2022. 236 с.) .....439	<i>Shevtsova A.K.</i> Review of the monograph “Conflict of values in Internet communication: cognitive and pragmalinguistic aspects” by E.N. Vasilenko (Mogilev, Mogilev State A. Kuleshov University publ., 2022, 236 p.) ..... 439
<i>Информация для авторов</i> .....447	<i>Information for authors</i> ..... 452

Раздел I

---

**ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ**





Part I

---

**THEORY OF COMMUNICATION**

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ФРЕЙМИРОВАНИЕ КАК ОБЪЕКТ ЗАРУБЕЖНОЙ КОММУНИКАТИВИСТИКИ: ИСТОКИ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

С.Л. Кушнерук

*Челябинский государственный университет (Челябинск, Россия)*

**Аннотация:** Рассматривается проблема стратегического фреймирования (фрейминга) в зарубежной коммуникативистике. Актуальность исследования обусловлена возросшим интересом к возможностям интенционального использования ментально-языковых структур как схем интерпретации, активируемых агентами дискурса и перерабатываемых реципиентами. Цель работы конкретизируется тремя задачами: систематизацией предлагаемых зарубежными специалистами подходов к определению фрейма; обсуждением истоков теории, предопределивших разные векторы научного поиска; осмыслением проблем и перспектив изучения стратегического фреймирования в коммуникативной лингвистике. Материалом послужили публикации ведущих специалистов, внесших вклад в объяснение механизмов конструирования социальной реальности через апелляцию к понятию фрейма в последние сорок лет. Определено, что исследования фреймирования уходят корнями в области психологии, социологии, искусственного интеллекта. Доказывается, что понятие стратегического фреймирования активно используется в практиках анализа общественных отношений. Высказывается мнение, что подход, развивающий взгляды И. Гофмана и идеи социального конструкционизма П. Бергера и Т. Лукмана, может рассматриваться как самостоятельное направление исследований стратегического фреймирования в медийной коммуникации. Обсуждаются его возможности. В результате исследования к методологически не решенным в изучении стратегического фреймирования отнесены проблемы определения, идентификации, типологизации медиафреймов и их отграничения от смежных феноменов. В заключение подчеркивается, что существующие в зарубежной коммуникативистике наработки являются надежным источником сведений, которые могут быть продуктивно использованы для развития теории стратегического фреймирования в российской дискурсологии и медиалингвистике.

**Ключевые слова:** фрейм, стратегическое фреймирование, дискурс, медиалингвистика, массовая коммуникация.

**Для цитирования:**

*Кушнерук С.Л.* Стратегическое фреймирование как объект зарубежной коммуникативистики: истоки, проблемы, перспективы // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 243–259. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).243-259.

**Сведения об авторе:**

**Кушнерук Светлана Леонидовна**, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры теории и практики английского языка

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 454001, Россия, Челябинск, ул. Бр. Кашириных, 129

E-mail: Svetlana\_kush@mail.ru

**Финансирование:**

Исследование выполнено при финансовой поддержке Фонда перспективных научных исследований ФГБОУ ВО «ЧелГУ», 2022

**Дата поступления статьи:** 11.03.2022

**Дата рецензирования:** 14.03.2022

**Дата принятия в печать:** 24.03.2022

**1. Введение**

В начале XXI в. теория фреймирования (фрейминга) получила заметное развитие в зарубежной коммуникативистике (см.: [Benford, Snow 2000; Ndinojuo, Ihejirika, Okon 2018; Obaje 2017; Reese 2007; Scheufele, Iyengar 2014; Semetko, Valkenburg 2000; Stoughton 2017; Tewksbury, Scheufele 2009; Van Gorp 2005, 2007; Weaver 2007] и др.). Научные изыскания в этой области не сводятся к одной непротиворечивой системе научных представлений, раскрывающей существенные свойства фрейма. Речь идет о совокупности идей специалистов, объединенных общим объектом.

Междисциплинарный характер теории установлен на основе анализа работ по антропологии [Bateson 1972], когнитивной психологии и искусственному интеллекту [Bartlett 1932; Kahneman, Tversky 1979; Minsky 1975; Schank, Abelson 1977], социологии [Gamson, Modigliani 1987; Goffman 1974], экономике [Kahneman, Tversky 1979], лингвистике [Fillmore 1976; Lakoff, Johnson 1981], дискурсологии [Tannen 1979; Van Dijk 1977], массовой коммуникации [Cacciatore, Scheufele, Iyengar 2016; Iyengar 1991; Papacharissi, Oliveira 2008; Tuchman 1978], политической коммуникации [Entman 1993; Gamson 1992; Matusitz 2013; Neuman, Just, Crigler 1992; Scheufele 1999].

Большой интерес представляет стратегический аспект фреймирования, связанный с конструированием социальной реальности, который проистекает из социологической интерпретации фрейма. Предложенная впервые классиком социологии И. Гофманом в книге «Анализ фреймов» и развиваемая взгляды Д. Остина, Д. Серля, Н. Хомского, Х. Сакса, Э. Щеглова, она оказалась востребованной в научных кругах и, с одной стороны, стала общим основанием коммуникативных исследований, с другой – высветила ряд проблем, обусловленных неоднозначностью понимания «социальности фреймов» и трактовок ключевого термина.



**Актуальность** настоящей работы определяется необходимостью анализа существующих публикаций с целью систематизации предлагаемых в зарубежной коммуникативистике подходов к определению фрейма, а также обсуждения проблем и перспектив исследования стратегического фреймирования в дискурсологии и медиалингвистике. Думается, что значимый вклад в решение этих вопросов могут и должны сделать как специалисты в области медиакоммуникации, так и теоретики языка.

## **2. Материал и методы исследования**

Поскольку статья является научно-теоретической, материалом для исследования послужили публикации зарубежных ученых, обращающихся к проблемам фреймирования в последние четыре десятилетия. Временное ограничение обусловлено «привязкой» к работе И. Гофмана 1974 г., который разработал схему для интерпретации повседневности и высказал мысли, ставшие продуктивными в анализе дискурса и медиакоммуникации, – об организации повседневного опыта, о постоянном «фреймировании» реальности, о том, что социальная жизнь «смонтирована» на основе фреймов [Goffman 1974].

Ключевой посылкой в изучении стратегического фреймирования является утверждение о том, что отношение людей к тому или иному событию зависит от способа его подачи. Так, средства массовой коммуникации отбирают и организуют идеи в общее медийное пространство, конструируют системы значений, обеспечивают понимание окружающей действительности, ограничиваемое, вместе с тем, рамками заданных медиакартин. Эти рассуждения служат отправной точкой, отталкиваясь от которой автор настоящей статьи предпринимает попытку осмыслить наработки «нового» времени и обнаружить закономерности в объяснении различных аспектов процесса стратегического фреймирования применительно к дискурсу.

В основе нашего исследования лежат разноуровневые методы научного познания, обязательные для теоретических обобщений. В числе философско-логических – анализ, синтез, доказательство, аргументация, объяснение. В работе также используются общенаучные методы. Наблюдение реализуется посредством целенаправленного и систематического изучения зарубежных научных публикаций, обращающихся к проблемам фреймирования. Метод рефлексии, представляющий метатеоретический уровень, направлен на осмысление адекватности трактовок базовых понятий и нерешенных проблем в теории фреймов, а также интерпретацию полученных зарубежными специалистами выводов.

## **3. Результаты исследования и обсуждение**

В результате осмысления достижений научной мысли в зарубежной коммуникативистике выделены истоки и проблемы теорий фреймов, обо-

значены перспективы исследования стратегического фреймирования, которые могут оказаться интересными для российских ученых.

### **3.1. Истоки междисциплинарной теории**

Теория фреймирования берет начало в психологии, теории искусственного интеллекта и социологии. Психология концентрирует внимание на общекогнитивной природе фрейма и утверждает, что знания о мире организованы в сознании в виде особых ментальных структур, которые предопределяют понимание [Bartlett 1932]. Хотя такие структуры экспериментальный психолог Ф. Бартлетт, а позднее специалисты в области искусственного интеллекта Д. Румельхарт, Р. Шенк и Р. Абельсон [Rumelhart 1975; Schank, Abelson 1977] обозначают терминами «схема» и «сценарий», их идеи стимулируют разработку понятия «фрейм», чаще всего ассоциируемого с именем крупнейшего специалиста в области нейронных сетей М. Минского. Фрейм рассматривается как структура знания, используемая для представления стереотипной ситуации [Minsky 1975]. Выводы психологов закрепили за термином значение того, что конструкт актуализируется при когнитивной обработке информации.

Ч. Филлмор заимствует понятие из психологии и развивает его в когнитивной (фреймовой) семантике, чтобы обозначить организацию знания, составляющую необходимое условие способности людей к пониманию связанных между собой слов. Глобальное убеждение ученого в том, что структура языка определяется семантикой, обусловила трактовку фрейма в связи с выбором языковых средств (грамматических правил, лексических единиц, языковых категорий). Подчеркивается, что фрейм активируется текстом, если некоторая языковая форма или модель обычно ассоциируется с рассматриваемым фреймом [Fillmore 1976].

Концептуальная природа фрейма, а также способность ментальной структуры организовывать поведение людей акцентируются Т. ван Дейком: фреймы организованы вокруг некоторого концепта, они содержат основную ассоциируемую с ним информацию [Van Dijk 1977].

Общекогнитивные трактовки феномена обнаруживаются в публикациях, посвященных «фреймам референции», вопросам структурированности индивидуальных когнитивных репрезентаций и контролируемости процессов переработки информации [Kahneman, Tversky 1979]. Интерпретации сводятся к тому, что восприятие референциально зависимо, и индивидуальные суждения осуществляются в пределах тех или иных фреймов референции.

Социологическая трактовка связывает фрейм с активной переработкой информации на фоне включенности человека в систему стабильных, социально разделяемых, устойчивых категорий, коллективно используемых для классификации новой информации. Данный вектор преимущественно развивает взгляды И. Гофмана: фреймы – определения ситуации, основанные на управляющих событиями принципах организации и вклю-

ченности в события. Фреймы организуют вовлеченность в ситуацию так же, как и «смыслы порождают предложения» [Goffman 1974].

Развитие идеи о том, что фреймы организуют реальность, способствует пониманию возможностей стратегического использования ментальных структур как интерпретационных схем, на основе которых обрабатывается поступающая информация [Gamson, Modigliani 1987; Gitlin 1980; Goffman 1974: 21; Obaje 2017; Pan, Kosicki 1993; Tuchman 1978]. В названном кругу публикаций постулируется, что фреймовые структуры не являются жестко заданными алгоритмами восприятия действительности, но всегда находятся в процессе своего формирования. В этом смысле они «социальны». Социологическая линия оказывается продуктивной для развития стратегического фреймирования в исследованиях медиакоммуникации.

### **3.2. Стратегическое фреймирование в медиакоммуникации**

В стратегическом плане фреймирование носит двусторонний характер. Оно индуцируется социальными или политическими акторами (политики, партии, организации, журналисты) и рассматривается в аспекте аудитории, интерпретирующей сообщения. Имея доступ к дискурсу, представители «символических элит» (по ван Дейку) систематически фреймируют реальность в разных сферах коммуникации.

Со стороны адресанта стратегическое фреймирование имеет отношение к типичной манере, в которой журналисты формируют новостное содержание в рамках известного фрейма референции. В аспекте адресата подчеркивается, что аудитория «принимает эти фреймы и видит мир сходным с журналистами образом» [Van Gorp 2007: 61] либо (что считаем не менее важным) рефреймирует передаваемое содержание.

Стратегическое фреймирование развивает установки социального конструкционизма об «оформлении» действительности, конструировании систем представлений, интерсубъективного повседневного мира и восприятия социальной реальности [Berger, Luckman 1966]. Цели стратегического использования фреймов состоят в том, чтобы передавать смысл и фокусировать внимание аудитории на определенных элементах сообщения или аспектах темы для получения необходимого отклика.

К. Халлахан выделяет семь моделей, применяемых к анализу общественных отношений: фреймирование ситуаций, признаков, рисков, действий, социальных вопросов, ответственности, новостей [Hallahan 1999]. В настоящей работе мы ограничиваемся обсуждением медиакоммуникации и практик журналистов, стремящихся «подать» события в понятной, упорядоченной форме в виде правильно организованной «упаковки» [Gamson 1992; Ireri et al. 2019; Neuman, Just, Crigler 1992; Ndinojuo, Ihejirika, Okon 2018; Pan, Kosicki 1993; Tuchman 1978].

В этом случае фреймирование прочно связывается с производством медиадискурса и теми концептуальными инструментами, которые исполь-

зуют СМИ, чтобы передавать, интерпретировать и формировать оценки и отношения.

Основной концептуальный инструмент, неотъемлемый от медийной организации повседневности, обозначается родовым термином *медиафрейм* (видовой – *новостной фрейм*) и рассматривается как результат фреймирования. Сущность процесса раскрывает Р. Энтман, указывая на «отбор» и «выделение» аспектов реальности, чтобы сделать их более заметными (салиентными) в тексте, что способствует определению проблемы, причинно-следственной интерпретации, оценке и рекомендациям по ее решению [Entman 1993: 53]. В стратегическом плане роль фреймов видится в диагностике, оценке и предписании действий [Vreese 2005; Entman 1993].

Стратегическое фреймирование обеспечивает журналистам возможность упаковывать большие объемы информации для трансляции аудитории [Gitlin 1980: 7]. При этом фреймы задают и ограничивают параметры, в пределах которых означиваются общественные события [Semetko, Valkenburg 2000: 94].

Систематизация ключевых проблем, которые поднимаются зарубежными учеными в рамках изучения фреймирования новостей, включает четыре аспекта: 1) как приводятся в действие фреймы, сужающие альтернативы, на основе которых читатели обсуждают общественно значимые вопросы [Tuchman 1978]; 2) как благодаря фреймам создаются значения для аудитории [Ndinojuo, Ihejirika, Okon 2018]; 3) каким образом заинтересованные группы «любезничают» с медиа, чтобы «навести лоск» собственной репутации в глазах общественности [Pan, Kosicki 1993]; 4) как люди перерабатывают новости и конструируют значения, используя имеющиеся когнитивные репрезентации [Pan, Kosicki 1993]. С расширением сферы использования фреймовый анализ входит в число востребованных методологий исследования медиакоммуникации, что выводит на первый план вопросы идентификации и типологизации медиафреймов.

### **3.3. Проблема идентификации медиафрейма**

Проблема обусловлена отсутствием общепринятых критериев, которым должен удовлетворять медиафрейм. В широком поле научных исследований он рассматривается как а) принцип отбора, выделения и представления информации; б) способ написания или создания сообщения; в) инструмент, используя который СМИ «упаковывают» информацию для аудитории [Brüggemann 2014; Cacciatore, Scheufele, Iyengar 2016; D'Angelo 2010; Matusitz 2013; Reese 2007; Tewksbury, Scheufele 2009]. Отличаясь по сути, приведенные трактовки единообразно утверждают идею сознательного выбора в представлении журналистского материала.

Дж. Капелла и К. Джеймисон предъявляют к новостному фрейму ряд требований: он должен обладать идентифицируемыми концептуальными

ми и лингвистическими характеристиками; широко наблюдаться в журналистской практике; должна быть возможность достоверно отличать один фрейм от других; фрейм также должен обладать свойством репрезентативной валидности и не представлять собой фрагмент воображения исследователя [Cappella, Jamieson 1997].

Серьезной методологической проблемой также является разграничение смежных понятий – «прайминг» (priming) и «определение повестки дня» (agenda-setting) [Yuengar, Kinder 1987; Moy, Bosch 2013; Weaver 2007]. Имея области пересечения, каждый обладает своей спецификой. Прайминг связан с имплицитной памятью и возможностями манипуляции сознанием. Психологический по природе, феномен проявляется в том, что в сознании человека в первую очередь появляются ранее активированные идеи, которые предопределяют реакцию, возникающую в ответ на последующие стимулы [Moy, Boch 2013: 296].

Как и прайминг, определение повестки дня имеет отношение к оказанию влияния на сознание аудитории самим подбором того, что именно освещается в СМИ на трех уровнях – общественном, политическом и медийном [McCombs, Shaw 1972]. Теория повестки дня сближается с теорией медийного фреймирования по признаку общего объекта (вопросы общественной политики в новостях и сознании) и одновременно расходится в фокусировках – для первой важно, ЧТО отражено в дискурсе, для второй – КАК содержание конструируется и обсуждается [Semetko, Valkenburg 2000: 93]. В ряде публикаций теория фреймирования рассматривается как углубление теории повестки дня, или ее второй уровень [Vreese 2005; Ndinojuo, Ihejirika, Okon 2018; McCombs, Shaw, Weaver 1997].

Проблема идентификации медиафреймов решается неоднозначно в связи с тем, что журналисты по-разному подчеркивают значимость событий или явлений. В круг регулярных включают разнотипные семиотические средства, в числе которых лексика, устойчивые выражения, повторы, визуальные элементы, культурно маркированные символы [Vreese 2005; Godefroidt, Berbers, d'Haenens 2016; Tuchman 1978].

В зависимости от того, сформировано или нет у исследователя представление о фреймах, которые вероятнее всего проявятся в новостях, актуальны два подхода – индуктивный и дедуктивный. Первый не предполагает наличие а priori установленных фреймов, исследователи выделяют их в ходе анализа медиаконтента. Во втором случае предварительно сформированный перечень фреймов рассматривается с точки зрения их реализации в коммуникации [Semetko, Valkenburg 2000: 94].

### **3.4. Проблема типологизации фреймовых структур**

Можно обозначить несколько регулярных типов фреймовых структур, выделяемых в области исследования медиакоммуникации. Систематизируем наиболее значимые основания классификации.

**По области бытования и функционирования** фреймы разграничиваются на **медиафреймы** и **индивидуальные фреймы** (ср. *новостные фреймы* и *фреймы аудитории*).

Фактически, уровень журналистских практик противопоставляется уровню рецепции [Entman 1993; Gamson, Modigliani 1987; Gitlin 1980; Huang 2010; Semetko, Valkenburg 2000; Scheufele 1999; Tuchman 1978]. Медиафрейм разворачивается в дискурсе и трактуется как «центральная организующая идея», придающая смысл описываемым событиям [Gamson, Modigliani 1987: 143]. Индивидуальные фреймы определяются как «схемы интерпретации», хранящиеся в сознании людей и направляющие переработку поступающей информации [Entman 1993]. Оба типа единообразно рассматриваются как ментальные «мостики» между широким социокультурным контекстом и ежедневной практикой понимания социального взаимодействия [Scheufele 1999: 106].

**По роли детерминирующих факторов** отличаются **фреймы как зависимые переменные** и **фреймы как независимые переменные**.

В первом случае изучается роль факторов, влияющих на создание и модификацию медиафреймов и индивидуальных фреймов (фреймов аудитории), – нормы, ценности, ограничения, давление заинтересованных групп, властных элит, профессиональная рутина, политические ориентации журналистов, идеология, предрассудки [Edelman 1993; Gamson, Modigliani 1987; Shoemaker, Reese 1996; Scheufele 1999; Tuchman 1978]. В ряде исследований отмечается, что индивидуальные фреймы как зависимые переменные возникают вследствие актуализации определенных медиафреймов [Gamson 1992; Iyengar 1991; Price, Tewksbury, Powers 1997]. В случае, когда фреймы трактуются как независимые переменные, изучается, как именно медиафреймы влияют на отношение, мнения и индивидуальные оценки и предпочтения [Entman 1993; Cacciatore, Scheufele, Iyengar 2016; Huang 2010; Knusden 2014; Pan, Kosicki 1993; Shah, Domke, Wackman 2001; Tewksbury, Scheufele 2009].

Перспектива «измерения» медиафреймов как независимых переменных открывается благодаря возможностям контент-анализа [Bashatah 2017; Boydston et al. 2014; Vreese 2005; Entman 1993; Godefroidt, Berbers, d'Haenens 2016; Huang 2010; Iyengar 1991; Neuman, Just, Crigler 1992; Semetko, Valkenburg 2000; Stoughton 2017]. Несмотря на его активное применение, до сих пор не выработан «стандартный набор контент-аналитических индикаторов», который бы признавался надежным для измерения превалирующих фреймов [Semetko, Valkenburg 2000: 94].

Модель Д. Шойфеле объединяет два вышеназванных измерения – область функционирования фреймов и детерминирующие факторы [Scheufele 1999: 108–109]. Основные идеи немецко-американского социолога представлены в таблице. Зоны пересечения строк и столбцов содержат исследовательские вопросы, которые характеризуют аспекты фреймирования.

### Типология фреймов в модели Д. Шойфеле

	<i>Медиафреймы</i>	<i>Индивидуальные фреймы</i>
<i>Как независимые переменные</i>	Какие медиафреймы оказывают влияние на восприятие аудиторией проблемных вопросов и как это работает?	Каким образом индивидуальные фреймы влияют на личностное восприятие проблемных вопросов?
<i>Как зависимые переменные</i>	Какие факторы влияют на то, как журналисты и другие социальные группы фреймируют проблемный вопрос? Каким образом эти процессы осуществляются и какие именно фреймы используют журналисты?	Какие факторы влияют на возникновение индивидуальных фреймов референции, или являются ли индивидуальные фреймы копиями медиафреймов? Какую роль аудитория играет в конструировании значения или сопротивлении медиафреймам?

**По характеру концептуального содержания** противопоставляются **родовые фреймы – аспектуальным**.

Родовые фреймы актуализируются в медиасообщениях разной тематики и не имеют жесткого закрепления по отношению ко времени и культурному контексту [Godefroidt, Berbers, d'Haenens 2016; He 2010; Matthes 2009]. Например, в исследовании Р. Неймана, М. Джаст, А. Криглер выделяются фреймы 'конфликт', 'экономическое влияние', 'влияние человека', 'мораль' [Neuman, Just, Crigler 1992]. В других публикациях к этой категории относят фреймы 'ответственность', 'конфликт', 'экономические последствия', 'интересы человека', 'мораль' [Bashatah 2017; Vreese 2005; Iyengar 1991; Ndinojuo, Ihejirika, Okon 2018; Semetko, Valkenburg 2000], 'национализация' [Gleissner, Vreese, 2005; Godefroidt, Berbers, d'Haenens 2016].

Аспектуальные фреймы зависят от исторических, политических, идеологических, социокультурных, психологических факторов, а также характеристик освещаемого явления и имеют непосредственное отношение к конкретному вопросу, предмету или теме [Godefroidt, Berbers, d'Haenens 2016: 781; Semetko, Valkenburg 2000]. Ярким примером являются фреймы 'управление автомобилем', 'женщины-спортсмены', 'права женщин', 'образование', 'религия', 'экономика', 'политика', которые устанавливаются в исследовании особенностей репрезентации саудовских женщин в британских СМИ [Bashatah 2017: 113].

В некоторых публикациях для обозначения концептуального содержания фреймовых структур используется иная терминология: **тематические vs эпизодические фреймы** [Iyengar 1991; Moy, Bosch 2013: 297]. Тематические фреймы устанавливают связь освещаемого события с более широкими областями знания, эпизодические фреймы организованы вокруг отдельного события и обусловлены его спецификой.

Подчеркнем, что тематические фреймы не приравниваются к родовым, поскольку в рамках одной темы может актуализироваться несколько родовых фреймов. Например тема «Война в Сирии» может быть рассмотрена сквозь призму родовых фреймов 'конфликт', 'ответственность', 'мораль'. Вместе с тем названные фреймы могут быть реализованы в рамках не связанных между собой тем (*Вооруженное столкновение в Афганистане, Поставки газа в Европу, Драка в центре города* и пр.).

**По выполняемым функциям** фреймы делятся на **диагностические, прогностические, мотивационные**.

Медицинская метафора способствует пониманию того, что диагностические фреймы призваны сделать заключение «о состоянии» явления, события или аспекта жизни как неприятного, возможно неприемлемого и нуждающегося в изменении [Benford, Snow 2000; Solopova, Kushneruk 2021]. Они определяют злободневную социальную проблему, «несправедливость», ее «жертвы» и виновных, устанавливают причинно-следственную связь между явлениями. Прогностические фреймы предлагают решения проблемы или, по крайней мере, план и стратегии реагирования. Имеют отношение к будущим действиям [Benford, Snow 2000; Godefroidt, Berbers, d'Haenens 2016: 782]. Мотивационные фреймы являются мобилизационными, служат «призывом к оружию», т. е. обосновывают необходимость участия в коллективных действиях по «наведению порядка» в проблемной области, создают мотивы [Benford, Snow 2000: 618].

**По общественно значимой проблемной ситуации** проанализировано и описано большое количество разных фреймов.

Интерес представляет типология А. Бойдстан и ее коллег. Выделены категории, которые, по мнению коллектива, могут применяться к любому общественно-политическому вопросу в любом коммуникативном контексте [Boydston et al., 2014: 5; Stoughton 2017]. Список формируют фреймы: 'экономика', 'возможности и ресурсы', 'мораль', 'справедливость и равенство', 'конституционность и право', 'оценка политического курса', 'закон и порядок', 'преступность и правосудие', 'безопасность и защита', 'здоровье и безопасность жизнедеятельности', 'качество жизни', 'культурная идентичность', 'общественное мнение', 'политика', 'внешнее регулирование и репутация'. В категорию 'прочее' входят любые фреймы, которые не вписываются в вышеперечисленные [Boydston et al. 2014: 6–7].

Поскольку темами журналистских материалов выступают общественно значимые явления, ожидаемо, что обнаруживаются соотносимые с фреймами «проблемные» области: 'преступность', 'терроризм', 'бедность', 'безработица', 'расовое неравенство' [Iyengar 1991]; 'исламофобия', 'саудовские женщины', 'фреймирование «чужих» [Bashatah 2017]; 'женщины-мусульманки' [Kabgani 2013]; 'внешнеполитические конфликты', 'проблемы промышленности', 'антидискриминационные меры', 'ядерная мощь' [Gamson 1992]; 'война в Сирии', 'Вторая мировая война', 'информацион-



ная война' [Godefroidt, Berbers, d'Haenens 2016; Solopova, Kushneruk 2021]. Очевидно, что этот список не может быть исчерпывающим по причине отличий в тематических повестках, обусловленных национально-культурным своеобразием журналистских практик в разных странах.

Итак, фреймирование рассматривается в зарубежной коммуникативистике как элемент стратегии конструирования и переработки медиадискурса и как когнитивный процесс, связанный с кодированием, интерпретацией, извлечением и декодированием информации. Обобщенная модель фреймирования включает этапы конструирования и установления фрейма, процессы фреймирования на индивидуальном уровне, а также обратную реакцию на медиафрейм.

#### **4. Заключение: перспективы исследования стратегического фреймирования в медиадискурсе**

Представляется, что имеющиеся в зарубежной коммуникативистике наработки открывают широкие перспективы исследования стратегического фреймирования в российской лингвистике. Они видятся нам в следующем.

Процесс производства новостей со стороны журналиста носит селективный характер. Установка медиафрейма связана с салиентностью новости и приданием «заметности» тому или иному вопросу. В аспекте агента медиадискурса нужно изучать медиаконтент с точки зрения композиционных, структурных, лексических, грамматических особенностей смыслообразования.

Этому может способствовать каталогизация разнотипных средств актуализации медиафреймов – как лингвистических (заголовки, подзаголовки, подписи, лиды, цитаты, ключевые слова, метафоры, понятия, прецедентные феномены и др.), так и паралингвистических (обложка, шрифтовое варьирование, плоскостное варьирование, фотографии, логотипы, иллюстрации, картинки, графики, диаграммы и т. п.).

Данный вектор исследований позволит определить, благодаря каким вербальным и невербальным элементам одни идеи профилируются больше, чем другие, какие идеи затемняются, что именно формирует «курс» презентации освещаемого события или ситуации в дискурсе и как это характеризует журналистское миромоделирование.

Изучение средств стратегического фреймирования может осуществляться в нескольких направлениях в зависимости от объекта анализа, которым могут выступать:

– **тематические структуры (макропропозиции)**, которые не всегда выражены в поверхностной структуре текста, но выводятся из семантической интерпретации лексических единиц, высказываний и их последовательности;

– **риторические структуры** – выразительные средства, используемые журналистами для создания запланированного эффекта (например,

тропы: метафора, олицетворение, метонимия, аллегория, эпитет, антономазия, перифраза, гипербола и др.);

– **синтаксические структуры (суперструктуры)**, например в модели перевернутой пирамиды, включающей заголовок, лид, эпизоды, фон, заключение;

– **скрипты** – структуры, предопределенные спецификой журналистской деятельности, например формула 5W + 1H (*who* – кто, *what* – что, *when* – когда, *where* – где, *why* – почему, *how* – как).

Важно учитывать, что стратегическое фреймирование опирается на закрепленные в культуре смыслы, нормы и ценности, определяется контекстом времени и носит двусторонний характер.

Процессы фреймирования на индивидуальном уровне имеют отношение как к аудитории, так и к журналистам. Перспективно изучать, какова степень усвоения аудиторией медиафрейма, исходящего от журналиста. Поскольку журналист также является представителем аудитории, можно ли считать, что то, как он фреймирует вопросы, является функцией того, как делают это заинтересованные группы (спонсоры)? В аспекте реципиента важно выяснять: как происходит соотнесение разнотипных характеристик медиатекстов с когнитивными данными в памяти, в каких случаях можно говорить о принятии / неприятии фрейма аудиторией и, как следствие второго, о рефреймировании информации?

Поскольку функционирование медиафреймов связано с интерпретацией освещаемых явлений журналистами и влиянием на убеждения аудитории, представляется целесообразным описать «эффекты фреймирования» в разных социально-политических областях.

Необходимо выработать критерии, которые бы позволили отграничивать собственно «эффекты фреймирования» от эффектов информационных и персуазивных, а также установить, каким образом и какого рода информация (факты, статистика, цитаты, невербальные элементы и др.) используется для активации медиафреймов.

Намеченные векторы исследования стратегического фреймирования могут представлять интерес для теоретиков языка, дискурсологов, когнитологов и тех, кто нацелен на получение новых знаний в отечественной коммуникативистике с учетом достижений зарубежной науки.

### **Список литературы / References**

- Bartlett, F.C. (1932), *Remembering: A study in experimental and social psychology*, Cambridge, Cambridge University Press, 332 p.
- Bashatah, N.S. (2017), *Framing analysis of British Newspaper Representation of Saudi Women from 2005–2013*, A PhD Thesis, University of Salford School of Arts and Media, 275 p.
- Bateson, G. (1972), *Steps to an ecology of mind*, Collected essays in anthropology, psychiatry, evolution, and epistemology, Chicago, IL, University of Chicago Press, 535 p.

- Benford, R.D., Snow, D.A. (2000), Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual Review of Sociology*, Vol. 26, iss. 1, pp. 611-639.
- Berger, P.L., Luckmann, T. (1966), *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, Garden City, NY, Anchor Books, 240 p.
- Brüggemann, M. (2014), Between frame setting and frame sending: How journalists contribute to news frames. *Communication Theory*, Vol. 24, iss. 1, pp. 61-82. DOI: 10.1111/comt.12027.
- Boydston, A.E., Card, D., Gross, J.H., Resnik, P., Smith, N.A. (2014), *Tracking the Development of Media Frames within and across Policy Issues*, Aug. 19, 25 p. DOI: 10.1184/R1/6473780.V1.
- Cacciatore, M., Scheufele, D., Iyengar, S. (2016), The End of Framing as We Know It... and the Future of Media Effects. *Mass Communication and Society*, Vol. 19, iss. 1, pp. 7-23. DOI: 10.1080/15205436.2015.1068811.
- Cappella, J., Jamieson, K. (1997), *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*, New York, Oxford University Press, 336 p.
- D'Angelo, P. (2010), Introduction: Doing News Framing Analysis. D'Angelo, P., Kuypers, J. (eds.) *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspective*, New York, Routledge publ., pp. 1-14.
- Edelman, M.J. (1993), Contestable categories and public opinion. *Political Communication*, Vol. 10, iss. 3, pp. 231-242. DOI: 10.1080/10584609.1993.9962981.
- Entman, R.M. (1993), Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, Vol. 43, iss. 4, pp. 51-58. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x.
- Fillmore, C.J. (1976), Frame semantics and the nature of language. *Annals of the New York Academy of Sciences*, Vol. 280, iss. 1, pp. 20-32. DOI: 10.1111/j.1749-6632.1976.tb25467.x.
- Gamson, W.A. (1992), *Talking Politics*, New York, Cambridge University Press, 272 p.
- Gamson, W., Modigliani, A. (1987), The Changing Culture of Affirmative Action. *Political Sociology*, Greenwich, JAI Press, pp. 37-177.
- Gitlin, T. (1980), *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the New Left*, Berkeley, CA, University of California Press, 327 p.
- Gleissner, M., Vreese, C.H. de. (2005), News about the EU constitution: Journalistic challenges and media portrayal of the European Union constitution. *Journalism*, Vol. 6, iss. 2, pp. 221-242. DOI: 10.1177/1464884905051010.
- Godefroidt, A., Berbers, A., d'Haenens, L. (2016), What's in a frame? A comparative content analysis of American, British, French, and Russian news articles. *The International Communication Gazette*, Vol. 78, iss. 8, pp. 777-801. DOI: 10.1177/1748048516640482.
- Goffman, E. (1974), *Frame analysis*, An essay on the organization of experience, New York, Harper & Row publ., 600 p.
- Hallahan, K. (1999), Seven models of framing: Implications for public relations. *Journal of Public Relations Research*, Vol. 11, iss. 3, pp. 205-242. DOI: 10.1207/s1532754xjpr1103\_02.
- He, M. (2010), *An analysis of framing in British news media representations of China and the Chinese*, A Doctoral Thesis, Loughborough University, 360 p.
- Huang, H. (2010), Frame-Rich, Frame-Poor: An Investigation of the Contingent Effects of Media Frame Diversity and Individual Differences on Audience Frame Diver-

- sity. *International Journal of Public Opinion Research*, Vol. 22, iss. 1, pp. 47-73. DOI: 10.1093/ijpor/edp024.
- Ireri, K., Chege, N., Kibarabara, J., Onyalla, D.B. (2019), Frame Analysis: Newspaper Coverage of Kenya's Oil Exploration in the Post-2012 Discovery Era. *African Journalism Studies*, Vol. 40, iss. 2, pp. 34-50. DOI: 10.1080/23743670.2019.1635035.
- Iyengar, S. (1991), *Is anyone responsible? How television frames political issues*, Chicago, University of Chicago Press, 160 p.
- Iyengar, S., Kinder, D.R. (1987), *News that Matters: Television and American opinion*, Chicago, University of Chicago Press, 216 p.
- Kabgani, S. (2013), The representation of Muslim women in non-Islamic media: A critical discourse analysis study on Guardian. *International Journal of Women's Research*, Vol. 2, iss. 1, pp. 57-78.
- Kahneman, D., Tversky, A. (1979), Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, Vol. 47, iss. 2, pp. 263-291.
- Knusden, E. (2014), Media effects as a two-sided field: Comparing theories and research of framing and agenda setting. Kramp, L., Carpentier, N., Hepp, A., Tomanić Trivundža, I., Nieminen, H., Kunelius, R., Olsson, T., Sundin, E., Kilborn, R. (eds.) *Media Practice and Everyday Agency in Europe*, Bremen, Lumière publ., pp. 207-216.
- Lakoff, G., Johnson, M. (1981), *Metaphors We Live By*, Chicago, University of Chicago Press, 128 p.
- Matthes, J. (2009), What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 86, iss. 2, pp. 349-367. DOI: 10.1177/107769900908600206.
- Matusitz, J. (2013), *Terrorism and Communication: A Critical Introduction*, London, SAGE publ., 520 p.
- McCombs, M.E., Shaw, D.L. (1972), The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, iss. 2, pp. 176-187. DOI: 10.1086/267990.
- McCombs, M., Shaw, D. L., Weaver, D. (1997), *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*, Mahwah, NJ, Erlbaum publ., 288 p.
- Minsky, M. (1975), A framework for representing knowledge. Winston, P.H. (ed.) *The psychology of computer vision*, New York, McGraw-Hill publ., pp. 211-277.
- Moy, P., Bosch, B. (2013), Theories of public opinion. Cobley, P., Schultz, P.J. (eds.) *Theories and Models of Communication*, Handbook of Communication Science, Vol. 1, Berlin, De Gruyter Mouton publ., pp. 289-308. DOI: 10.1515/9783110240450.289.
- Ndinojuo, B.-C.E., Ihejirika, W.C., Okon, G.B. (2018), Reinvigorating the Framing Theory: Appraising Reports on Nigerian Military and Boko Haram Insurgency. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, Vol. 4, iss. 4, pp. 10-19.
- Neuman, R.W., Just, M.R., Crigler, A.N. (1992), *Common Knowledge. News and the Construction of political meaning*, Chicago, University of Chicago Press, 190 p.
- Obaje, C.E. (2017), News frame patterns: An evaluation of Newspaper coverage of Boko Haram attacks in Nigeria. *Covenant Journal of Communication*, Vol. 4,

- iss. 1, available at: <https://journals.covenantuniversity.edu.ng/index.php/cjoc/article/view/512>.
- Pan, Z., Kosicki, G.M. (1993), Framing analysis: an approach to news discourse. *Political communication*, Vol. 10, iss. 1, pp. 55-75. DOI: 10.1080/10584609.1993.9962963.
- Papacharissi, Z., Oliveira, M. de F. (2008), News frames terrorism: A comparative analysis of frames employed in terrorism coverage in U.S. and U.K. newspapers. *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 13, iss. 1, pp. 52-74. DOI: 10.1177/1940161207312676.
- Price, V., Tewksbury, D., Powers, E. (1997), Switching trains of thought: The impact of news frames on readers' cognitive responses. *Communication Research*, Vol. 24, iss. 5, pp. 481-506. DOI: 10.1177/009365097024005002.
- Reese, S.D. (2007), The framing project: A bridging model for media research revisited. *Journal of Communication*, Vol. 57, iss. 1, pp. 148-154. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2006.00334.x.
- Rumelhart, D.E. (1975). Notes on a schema for stories. Brown, D.G., Collins, A. (eds.) *Representation and understanding: Studies in cognitive science*, New York, Academic Press, 1975, pp. 211-236.
- Schank, R., Abelson, R. (1977), *Scripts, Plans and Understanding*, Hillsdale, NY, Erlbaum publ., 256 p.
- Scheufele, D.A. (1999), Framing as a theory of media effects. *Journal of Communications*, Vol. 49, iss. 1, pp. 103-122. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x.
- Scheufele, D.A., Iyengar, Sh. (2014), The State of Framing Research: A Call for New Directions. Kenski, K., Jamieson, K.H. (eds.) *The Oxford Handbook of Political Communication*, Oxford University Press, pp. 619-632. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.47.
- Semetko, H.A., Valkenburg, P.M. (2000), Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, Vol. 50, iss. 2, pp. 93-109. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x.
- Shah, D., Domke, D., Wackman, D. (2001), The Effects of Value-Framing on Political Judgment and Reasoning. Reese, S., Gandy, O., Grant, A. (eds.) *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*, Mahwah, Lawrence Erlbaum publ., pp. 227-243.
- Shoemaker, P.J., Reese, S.D. (1996), *Mediating the message*, White Plains, NY, Longman publ., 321 p.
- Solopova, O.A., Kushneruk, S.L. (2021), War yesterday and today: The image of Russia in British media discourse. *Russian Journal of Linguistics*, Vol. 25, iss. 3, pp. 723-745. DOI: 10.22363/2687-0088-2021-25-3-723-745.
- Stoughton, J.A. (2017), *Framing Analysis of News Discourse in the Case of Environmental Racism in Lincolnton, Nova Scotia*, A Bachelor of Arts Thesis, Halifax, Nova Scotia, Dalhousie University publ., III + 74 p.
- Tannen, D. (1979), What's in a frame? Surface evidence for underlying expectations. Freedle, R.O. (ed.) *New directions in discourse processing*, Norwood, NJ, Ablex publ., pp. 137-181.
- Tewksbury, D.H., Scheufele, D.A. (2009), News Framing Theory and Research. Bryant, J., Oliver, M.B. (eds.) *Media Effects: Advances in Theory and Research*, Hillsdale, Erlbaum publ., pp. 17-33.

- Tuchman, G. (1978), *Making news*, New York, Free Press, 244 p.
- Van Dijk, T.A. (1977), Context and cognition: Knowledge frames and speech act comprehension. *Journal of Pragmatics*, Vol. 1, iss. 3, pp. 211-231. DOI: 10.1016/0378-2166(77)90035-2.
- Van Gorp, B. (2007), The constructionist approach to framing: Bringing culture back. *Journal of Communication*, Vol. 57, iss. 1, pp. 60-78. DOI: 10.1111/j.0021-9916.2007.00329.x.
- Van Gorp, B. (2005), Where is the frame? Victims and Intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue. *European Journal of Communication*, Vol. 20, iss. 4, pp. 484-507. DOI: 10.1177/0267323105058253.
- Vreese, C.H. de. (2005), News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*, Vol. 13, iss. 1, pp. 51-62. DOI: 10.1075/idjdd.13.1.06vre.
- Weaver, D. (2007), Thoughts on agenda setting, framing, and priming. *Journal of Communication*, Vol. 57, iss. 1, pp. 142-147. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2006.00333.x.
- 

## STRATEGIC FRAMING AS AN OBJECT OF COMMUNICATION STUDIES: ORIGIN, PROBLEMS, PROSPECTS

**S.L. Kushneruk**

*Chelyabinsk State University (Chelyabinsk, Russia)*

**Abstract:** The article focuses on the problem of strategic framing in communication studies. The author aims at investigating the possibilities of strategic use of mental-linguistic structures as interpretation schemas activated by discourse agents and processed by audiences. The objective of the author is made observable in the following tasks: to systematize the approaches to frame, proposed by scholars; to discuss the roots of the framing theory that predetermined different vectors of scientific analysis; to discuss problems and prospects of strategic framing research in communicative linguistics. Within the framework of the research, the author have analyzed more than 60 papers written by experts who contributed much to understanding the mechanisms of social reality construction. It is revealed that psychology, sociology, and artificial intelligence are major source domains of the framing theory. It is proved that strategic framing is a very useful paradigm, which is actively employed in analyzing public relations. It is argued that the theory of strategic framing, purported by Goffman's ideas and social constructionism tenets suggested by Berger and Luckman, has evolved into a separate branch of communication studies. Potential applications of the strategic framing theory that can be methodologically used for the development Russian discourse studies and media linguistics are outlined.

**Key words:** frame, strategic framing, discourse, media linguistics, mass communication.

**For citation:**

Kushneruk, S.L. (2022), Strategic framing as an object of communication studies: origin, problems, prospects. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 9, no. 2, pp. 243-259. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).243-259. (in Russian).

***About the author:***

**Kushneruk, Svetlana Leonidovna**, Prof., Professor of the Theory and Practice of the English Language Department

***Corresponding author:***

Postal address: 129, Br. Kashirinykh ul., Chelyabinsk, 454001, Russia

E-mail: Svetlana\_kush@mail.ru

***Acknowledgements:***

The research was funded by Chelyabinsk State University Research Fund, 2022

***Received:*** March 11, 2022

***Revised:*** March 14, 2022

***Accepted:*** March 24, 2022

## ДИАЛОГИЗМ В КОНЦЕПЦИИ М. БАХТИНА (ПО ДАННЫМ ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ)

**Н.В. Петракова**

*Дальневосточный федеральный университет (Владивосток, Россия)*

**Аннотация:** Дается аналитический обзор представленных в международной реферативной базе Scopus в 2020–2021 гг. зарубежных исследований, посвященных творчеству выдающегося отечественного мыслителя М.М. Бахтина или взявших за основу его теоретический и методологический аппарат. Поиск проводился по ключевым словам «Бахтин» и «диалог», публикации русскоязычных авторов намеренно не рассматривались. В результате проведенной аналитической работы разные аспекты диалога, привлекающие внимание зарубежных исследователей, были классифицированы и распределены по трем направлениям в зависимости от того, на каком уровне intersubjectивности (экзистенциальном, символическом или нормативном) автор делал акцент. В основу приведенной классификации был положен метод аналитического расслоения жизненных практик С.Е. Ячина. В результате исследования было показано, что 16 % авторов делают акцент на экзистенциальном слое коммуникативного отношения, 47 % – на символическом уровне и 29 % – на нормативном; еще 8 % работ охватывают всю триаду целиком. Это соотношение примерно соответствует тому вниманию, которое сам Бахтин уделял различным аспектам диалога.

**Ключевые слова:** Бахтин, бахтиноведение, коммуникация, коммуникативный режим, диалог, диалогизм, intersubjectивность.

### **Для цитирования:**

*Петракова Н.В. Диалогизм в концепции М. Бахтина (по данным зарубежных исследований) // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 260–273. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).260-273.*

### **Сведения об авторе:**

**Петракова Наталья Валентиновна**, ассистент Департамента философии и религиоведения Школы искусств и гуманитарных наук

### **Контактная информация:**

Почтовый адрес: 690950, Россия, Владивосток, ул. Суханова, 8

E-mail: nv\_petrakova@mail.ru



*Дата поступления статьи:* 08.01.2022

*Дата рецензирования:* 15.02.2022

*Дата принятия в печать:* 24.03.2022

## **Введение**

Бахтин – один из тех мыслителей, который привлекает к себе самое широкое внимание исследователей из самых разных областей гуманитаристики. Его считают «своим» и культурологи, и филологи, и лингвисты, и в то же время никто из них не может претендовать на то, что охватил всю широту его научных интересов. Он был и остается, прежде всего, выдающимся русским мыслителем, чье творчество отличается междисциплинарностью, полифонией и глубиной. При этом главным лейтмотивом всех его воззрений стала идея Диалога, которая лучше всего раскрывается с философской точки зрения. Именно с этой позиции становится понятным то плодотворное влияние, которое автор оказал на современную гуманитарную и социальную мысль. Одних диссертаций с опорой на его теоретический и методологический аппарат начиная с 1975 г. (года его смерти) защищено более четырнадцати тысяч, а общее количество научных статей невозможно сосчитать. Только за 2020–2021 гг. в реферативной базе Scopus было представлено около ста работ, посвященных творчеству русского мыслителя. Предваряя аналитический обзор этих публикаций, мы задались вопросом, с чем связано такое внимание к творчеству М. Бахтина. Ответ прост: во-первых, с его личным гением (Бахтин никогда не пишет сухими и общими фразами, но всегда погружает свои размышления в контекст мировой литературы и истории) и, во-вторых, с той тематикой, которую поднимает автор. Как мы уже сказали, в основе всех его построений лежит Диалог – как особого рода коммуникативный режим или форма коммуникации. И в то же время диалог является наиболее концентрированным выражением более широкого понятия – интерсубъективности. К человеку нельзя относиться безучастно (что часто наблюдается в институциональных интерсубъективных практиках) и в человека нельзя погружаться, растворяясь (как то бывает в отношениях матери и дитя или отношениях влюбленных). Сам М. Бахтин в работе «Проблемы поэтики Достоевского» (наиболее показательной в смысле разворачивания идеи Диалога) говорит об этом следующим образом: «...овладеть внутренним человеком, увидеть и понять его нельзя, делая его объектом безучастного нейтрального анализа, нельзя овладеть им и путем слияния с ним, вчувствованием в него. Нет, к нему можно подойти и его можно раскрыть – точнее, заставить его самого раскрыться – лишь путем общения с ним, диалогически»<sup>1</sup>.

Мы сконцентрировались на особенностях понимания диалога Бахтина в современной зарубежной литературе. Цель работы – дать анали-

<sup>1</sup> Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. М.: Советская Россия, 1979. С. 293.

тический обзор тематики научных публикаций, посвященных творчеству автора. Мы считаем, что данный обзор, не являясь абсолютно исчерпывающим (так, из восьми выпусков бразильского журнала *Bachtiniana: Revista de Estudos do Discurso* («Бахтинiana: Журнал дискурсных исследований»), вышедших за указанный выше период, нами были рассмотрены лишь три работы, идеально отвечающие параметрам поиска), является тем не менее репрезентативным, поскольку охватывает достаточное количество публикаций из реферативной базы Scopus за 2020–2021 гг., что позволяет раскрыть и классифицировать различные аспекты идеи диалога.

### **Методы исследования**

В основе нашей работы лежит метод аналитического расслоения жизненных отношений, предложенный С.Е. Ячиным<sup>1</sup>. Этот подход позволяет отчетливо различить в коммуникации три слоя, или уровня: собственно экзистенциальный, символический и нормативный. Данная последовательность ступеней непосредственно проявляется в онтогенезе (в процессе вхождения ребенка в культурную и социальную среду) и далее образует актуальную структуру интересубъективности.

Разворачивая данный подход, мы можем показать, что первый уровень межлического отношения проявлен как вчувствование в другого, или эмпатия. На втором уровне дистанция между индивидами возрастает, коммуникация символически опосредуется словом. Третий уровень, который нормируется предшествующими двумя, вносит в живое общение институциональный порядок.

Поскольку мы считаем, что данная триада есть реальность особого рода, она не может не проявиться в работах серьезных мыслителей, в том числе в работах исследователей творчества М. Бахтина. Поиск таких работ проводился в международной реферативной базе Scopus по ключевым словам «Бахтин» и «диалог». Из рассмотрения сознательно изымались работы отечественных авторов. Объем выборки: 62 работы, соответствующие перечисленным выше условиям. Методы исследования: тематический, сравнительный, контекстуальный анализ философских источников. Одним из важнейших методологических ориентиров исследования является метод феноменологической герменевтики.

### **Обсуждение результатов**

В результате проведенной работы мы разделили все публикации на три группы. К первой отнесли работы тех авторов, которые делали акцент на интимности или телесности межлических отношений; ко второй группе – тех, кто делал акцент на языке (речи) как посреднике в отноше-

---

<sup>1</sup> Ячин С.Е. Аналитика человеческого бытия: введение в опыт самопознания: системат. очерк. М.: ИНФРА-М, 2014. 217 с.; *Его же*. Человек в последовательности событий жертвы, дара и обмена. Владивосток: Дальнаука, 2001. 279 с.

нии; к третьей группе – тех авторов, которые, используя инструментарий Бахтина, рассматривали экономические и политические отношения.

Особое место в аналитическом обзоре заняли пять работ, в которых отразилась вся описанная выше «триада» – авторы продемонстрировали интерес к отношению экзистенциальному, символическому и нормативному одновременно. Так, К. Majbroda исследует бахтинскую триаду: смех / диалог / подрывная деятельность – и утверждает, что она является основой для серьезной антропологической практики [Majbroda 2020]. G. De Castro и B.S. Do Nascimento рассматривают влияние М. Бахтина на расширение теоретических рамок информатики – за счет включения в нее субъективных и социальных аспектов [De Castro, Do Nascimento 2020]. Т. Remm и К. Kasemets исследуют переживание пейзажа и его интерпретацию с помощью такого инструмента, как хронотоп, который рассматривается на топографическом, психологическом и метафизическом уровнях [Remm, Kasemets 2020]. Т. Shayan через призму концепта ‘карнавал’ показывает, как дети сопротивляются нормативности взрослого мира. Обращают на себя внимание три измерения отношений: детская непосредственность, живопись как посредник и университетская нормативность [Shayan 2020]. Т. Nakamura исследует мотивацию иностранцев, изучающих японский язык, и делает вывод о том, что концепция речевых жанров М. Бахтина обеспечивает взаимосвязь между мотивацией учащихся, их личностью и социальными контактами [Nakamura 2021].

Сказав о триаде в целом, вернемся к составляющим ее уровням. **В первую группу (экзистенциально-феноменологический уровень отношения в концепции диалога М. Бахтина)** мы выделили 10 из 62 отобранных нами работ, что составляет приблизительно 16 % выборки. Так, W. Bell рассматривает сквозь призму воззрений М. Бахтина и М. Мерло-Понти дискурсивное значение тела в классическом антивоенном романе. Тело описано как феноменальное, овеществленное и гротескное [Bell 2020]. Н. Intezar, используя понятие «архитектоника», пишет об особенностях социального дискурса вокруг понятий телесности, гендерной идентичности, женственности и «новой женственности» у спортсменок, занимающихся «неженскими» видами спорта [Intezar 2021]. С. Lee сравнивает этическую составляющую в двух социальных исследованиях – одно сделано до ситуации с COVID-19, другое – после. За основу этического ориентира взят диалогический метод М. Бахтина. Сравнивались степень открытости, доверия, чуткости и отзывчивости между группой исследуемых детей и интервьюером [Lee 2021]. К. Li и J. Blommaert рассматривают такое распространенное явление, как женский мазохизм, в социальных сетях Китая. Теоретической базой для анализа взяты теория игры Хёйзинги и карнавала М. Бахтина [Li, Blommaert 2020]. М.-J.D. Good с помощью диалогизма Бахтина и его работ по истории языка анализирует переживание сверхъестественного, призрачного присутствия воина сипая во время

постконфликтного антропологического исследования в Индонезии [Good 2020]. С. Ukoaha, A. Stranieri рассматривают такие концепты Бахтина, как 'диалог', 'полифония', 'карнавал', чтобы по-новому взглянуть на роль соцсетей в медицинских учреждениях. Авторы указывают на тонкую грань между необходимостью расширять диалог сторон внутри больниц и необходимостью сохранять врачебную тайну и этику [Ukoaha, Stranieri 2020]. J. Ellis исследует американский юмор, раскрывающий жизнь нации: юмор, маскирующий гнев и агрессию; юмор, используемый для погашения конфликта; юмор, скрывающий уважение [Ellis 2020]. V. Jones и S. Veynon используют теоретический аппарат Бахтина для изменения пищевых привычек детей в Великобритании, в том числе для введения в рацион младших школьников полезных насекомых [Jones, Veynon 2021]. A.G. Ponce рассматривает две малоизвестные работы Ю. Лотмана и М. Бахтина, посвященные чувству страха, возникающему в определенных социальных контекстах [Ponce 2020]. E.J. White исследует применение диалогизма в ситуации раннего развития и общения с младенцами. Автор утверждает, что правильное понимание взглядов М. Бахтина открывает новую эру в данном вопросе [White 2021].

Можно констатировать, что внимание к первому уровню intersubjectивности у современных исследователей творчества М. Бахтина ниже, чем к двум последующим. Объясняется это тем, что автор – создатель концепции Диалога, который не мыслим без символического посредника, в качестве которого чаще всего выступает родной язык.

**Во вторую группу (культурно-символический уровень общения в концепции диалога М. Бахтина)** мы отнесли 29 работ, что приблизительно соответствует 47 % общего числа. Сюда вошли публикации, в которых делается базовое ударение на общении посредством слова.

Большая часть из них посвящена **диалогу в сферах искусства и образования**. Так, Y. Lin и Y. Tingting рассматривают теорию полифонического романа М. Бахтина и три этапа ее переосмысления: 1) в период советской оттепели, 2) в период расцвета деконструктивизма во Франции, 3) в китайских академических кругах в период реформ 1980-х гг. Идею полифонии авторы связывают с концепцией православной соборности, а соборность определяют как единение при сохранении отличий. Очередная попытка переосмысления данной теории предпринимается с целью лучшего понимания других работ русского автора [Lin, Tingting 2020]. Y. Zhang сравнивает теорию романа Г. Лукача и теорию романа М. Бахтина и делает вывод о том, что обе исходят из моральной необходимости «спасать роман» из лап соцреализма. При этом автор сосредотачивается на способах и приемах, с помощью которых Бахтин и Лукач кодируют свое несогласие в законных нарративах, как они используют «искусство хитрости» (лицемерие, двусмысленность и т. д.) [Zhang 2021]. X. Zhou исследует связь между китайским понятием Дао, бахтинским понятием диалога и тео-

риями К.Г. Юнга. Делается вывод о том, что современная западная мысль может иметь глубинную связь с китайским даосским мышлением в плане понимания реальности, которая находится в бесконечном движении [Zhou 2020]. В. Brait и М.Н.С. Pistori, рассматривая рецепцию взглядов М. Бахтина в Бразилии, освещают теорию перевода в диалогической перспективе, особое внимание уделяя отношению «текст – контекст» [Brait, Pistori 2020]. D. Ye и D. Wang изучают динамическую когерентность в диалоге субъектов, а также динамику и пластичность самого диалога [Ye, Wang 2020]. К. Cai с помощью концепции диалогизма рассматривает практику интертекстуальности Дин Лин (1904–1986) [Cai 2020]. W. Feng посвятил книгу трансформации традиционного китайского театра в результате диалога культур и культурного «присвоения». Рассматриваются изменения в драматургии, актерской игре и отношениях актера со сценой и зрительным залом [Feng 2020].

Комедию и юмор в литературных произведениях с точки зрения этической составляющей рассматривает М. Bidgoli [Bidgoli 2020]. F. Denman, опираясь на понятие «полифонии», исследует самооценку русских в Ирландии [Denman 2021]. В то же время К. Giæver и L. Jones показывают, как «атмосфера общения» влияет на скорость развития языковых навыков у молодых норвежцев из числа этнических меньшинств [Giæver, Jones 2020]. S.E. Jung и К.А. Lee анализируют взаимодействие шестилетнего мальчика с программируемым роботом, делая вывод о том, что такое взаимодействие диалогично [Jung, Lee 2021].

Следующая группа авторов обращена **исключительно к вопросам искусства**. Так, F.M. de Vasconcelos рассматривает музыкальный диалогизм и его связь со временем. В качестве теоретической опоры взяты взгляды М. Бахтина и композитора Л. Берио. Автор утверждает, что в процессе такого диалога прошлое может быть изменено, следовательно, может быть изменено и будущее [Vasconcelos 2020]. N.W. Lima с соавторами с помощью разработок Бахтина анализируют диалог между здоровьем, наукой и искусством в музыкальном альбоме одной из испанских групп [Lima, De Moraes, De Goes Monteiro 2021]. V.B. Antić исследует современную словенскую поэзию [Antić 2020]. J. Cook утверждает взаимодействие между теоретическим аппаратом М. Бахтина и идеями предшественников школы немецкого романтизма [Cook 2020]. J.L. Arroyo Barrigüete исследует приключенческий и научно-фантастический роман с точки зрения представлений М. Бахтина [Arroyo Barrigüete 2021]. Z. Matekšmit и E. Ćuto посвящают статью вопросам качества перевода на хорватский язык книги Бахтина о Достоевском [Matekšmit, Ćuto 2020]. В. Monea рассматривает онлайн-сообщество молодых писателей и существующие в нем типы диалогических отношений [Monea 2020]. M.R. Hassanzadeh Javanian и F. Rahmani исследуют весь спектр воззрений Бахтина для анализа театральной пьесы с целью понять, как разные хронотопы влияют на поведение и реше-

ния персонажей. Кроме того, автор доказывает, что хронотоп позволяет понять смысл проявлений межклассовой розни и особенности социальной системы в целом [Hassanzadeh Javanian, Rahmani 2020].

Следующая группа авторов обращается **исключительно к вопросам диалога в образовании**. Так, J. Williams и J. Ryan анализируют сходства и различия диалогизма (Бахтина) и диалектики (Гегеля, Маркса, Выготского) в образовательном процессе [Williams, Ryan 2020]. В. Grogan исследует опыт контрапунктного подхода в курсе изучения поэзии в Йоханесбургском университете [Grogan 2020]. Т. Ratnam рассматривает, как диалогизм Бахтина и взгляды Выготского делают образование более человечным, мягким и справедливым [Ratnam 2020]. М. Nugent говорит о том, что диалогизм помогает учителю слышать голос и смех ребенка [Nugent 2021]. Е. Jaeger рассматривает, как он же создает условия для сотворчества и соавторства детей [Jaeger 2021]. О влиянии взглядов Бахтина на профессиональный рост учителей говорят А. Gutierrez и А. Kostogriz [Gutierrez, Kostogriz 2020]. О. Diste пишет о применении указанного метода в музейном образовании [Diste 2021], С.М.А. Goulart и М.С. Corais – о применении его в обучении детей грамотности [Goulart, Corais 2020]. J.Z. Pandya и D.E. Low указывают на то, что вопрос адресности является важнейшим, когда дело касается обращенности к детям [Pandya, Low 2020]. А. O'Hare и J. Соупе рассматривают сквозь призму диалогического метода явление массового отказа от школьного обучения в современных Австралии и Новой Зеландии. Причина кроется в приоритете таких ценностей, как открытость, доверие, автономия и свободная игра ребенка [O'Hare, Соупе 2020].

**В третью группу (нормативный уровень в диалоге М. Бахтина)** мы включили 18 публикаций (приблизительно 29 % общего числа). Так, о высокой значимости личностной позиции автора и целенаправленности высказывания пишет А. Öhman, анализируя концепцию риска чтения Г. Биесты через призму теории высказывания М. Бахтина. По Бахтину, высказывание должно быть воплощенным: произнесенным конкретной личностью для конкретной личности с конкретной целью (признак нормативности) [Öhman 2020]. М. Tasca показывает, как герой произведения выстраивает свою личностную позицию посредством диалога с воображаемым и реальным собеседником. Такой диалог – непрерывные «переговоры», наполненные множеством иллокутивных актов и сюжетов, которые собеседник генерирует в процессе речи [Tasca 2020].

A.S. Vager и M.A. Mølholm разрабатывают междисциплинарную методологическую основу, позволяющую развивать институциональные практики на основе идей М. Бахтина и М. Фуко [Vager, Mølholm 2020]. Сразу две работы сквозь призму термина «карнавал» рассматривают предвыборную кампанию Д. Трампа [Mohammed, Trumpbour 2020; Moon 2020]. Р. Parks также изучает его «карнавальную и подрывную» деятельность, но уже во время митингов 2018 г. Политическая позиция Трампа обозначается как

«постнормативная», вступившая в противоречие с официальной ролью главы государства [Parks 2020]. Интересно, что М. Perrie к таким же карнавальным фигурам относит опричников Ивана Грозного [Perrie 2020]. Н. Abootalebi и А. Kargar, наоборот, рассматривают «карнавал» как способ освобождения от давления системы [Abootalebi, Kargar 2020]. Y.H. Hendlin с помощью этого же метода предлагает искать ненасильственный выход из ситуации с пандемией COVID-19 [Hendlin 2021]. В. Campbel, используя тот же «карнавал», исследует правительственный кризис в Испании в 2011 г. и делает вывод о том, что смех – не просто оружие слабых, но и освобождающая практика, которая превращает травму в творчество, поддерживает солидарность, мобилизует политическое сопротивление – т. е. является инструментом изменения социального порядка [Campbel 2020]. С. Petrakos показывает, как юмор использовался для установления социальных границ вдоль Аляски и Юкона за 10 лет до Клондайской золотой лихорадки. Автор утверждает, что в отсутствии «официального государства» юмор позволяет как разрушать, так и созидать социальную иерархию [Petrakos 2021]. Кроме того, в течение одного года вышли три статьи разных авторов, посвященных событиям на территории Леванта, в каждой из которых применен один из методов М. Бахтина [Parslow 2020; Issa, Wigen 2020; Jensehaugen 2020].

А Simpson и F. Dervin исследуют тип отношения в наднациональных организациях, таких как Организация экономического сотрудничества и развития и Совет Европы. Межкультурные коммуникации здесь обозначены как монологические, с упором на «Я», а не на «Я – Другой». Авторы видят выход в практическом применении диалогизма Бахтина и этики конфуцианства, между которыми выявляют генетическую связь [Simpson, Dervin 2020]. S. O'Leary и D. Smith рассматривают явление сопротивления работников в сильно институализированной среде неправительственных организаций и показывают, как с помощью диалогизма можно от авторитарного режима отношений перейти к внутренне убедительному «разговору», повысив тем самым эффективность сотрудников [O'Leary, Smith 2020]. S. Lowe и N. Tarachai ставят заглавием статьи «Бахтина в будущее». Их предложение – использовать концепции М. Бахтина в бизнес-маркетинге для более уверенной ориентации в пространствах бизнес-взаимодействий [Lowe, Tarachai 2020]. На авторитарности в образовании акцентируют внимание Е. Matusov и Р. Sullivan, описывая ситуацию педагогического насилия в свете теории отчуждения К. Маркса, инструментальной рациональности Ю. Хабермаса и карнавала М. Бахтина [Matusov, Sullivan 2020].

## **Выводы**

Как мы видим, внимание к творчеству М. Бахтина не только в нашей стране, но и за рубежом – неизменно. При этом авторы обращают внимание на разные аспекты диалога. Так, авторы примерно 16 % рассмотрен-

ных нами работ делают акцент на экзистенциальном уровне интересубъективности. Они исследуют телесность в литературе и жизни, здоровье тела и общение «вплотную» (корень «плоть» здесь не случаен – тела касаются друг друга). Как правило, это исследования на стыке антропологии, психологии и социальной философии.

Авторы примерно 47 % рассмотренных исследований делают акцент на культурно-символическом измерении, или общении посредством слова. Интересубъективность здесь концентрированно выражена как диалог. А диалог, по Бахтину, в своем пределе является синонимом понятия «культура». Культура же – есть медиум смысла. Искусство и образование – ее базовые составляющие. Таким образом, работы, посвященные данным темам, написанные с опорой на теоретический аппарат М. Бахтина, составляют основную часть данной группы. В большинстве своем, это исследования на стыке культурологии, лингвистики, педагогики и искусствоведения. Но так же, как и в работах М. Бахтина, в них больше всего философии.

К третьему, институционально-нормативному уровню интересубъективности мы отнесли приблизительно 29 % работ. Речь в них идет о политическом и экономическом взаимодействии, в котором, помимо слова, посредником выступает кем-то установленная норма. Большинство из указанных исследований относятся к области социальной философии и социологии.

Таким образом, теоретический аппарат М. Бахтина оказывается универсальным и применимым в самых разных и неожиданных областях гуманитарного знания. Не раз и не два в процессе работы мы встречались с тезисом: «Бахтина в будущее» или «Бахтин изменил парадигму...» – что свидетельствует о неизменной актуальности работ отечественного мыслителя. С учетом всего вышесказанного, можно с уверенностью говорить о сложившемся в настоящее время учении – бахтиноведении.

#### **Список литературы / References**

- Abootalebi, H., Kargar, A. (2020), Carnavalesque and its all-pervasive influence in Caryl Churchill's *Cloud Nine*. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, Vol. 12, no. 2, pp. 1-8. DOI: 10.21659/rupkatha.v12n2.08. (in English, in Iranian).
- Antić, V.B. (2020), Dialogism in contemporary Slovenian poetry: Persona poems and persona collections as an aspect of external dialogism. *Primerjalna Knjizevnost*, Vol. 43, iss. 2, pp. 119-139. DOI: 10.3986/pkn.v43.i2.06. (in Slovenian).
- Arroyo Barrigüete, J.L. (2021), The chronotope in space opera: A comparative analysis with the adventure novel. *Lexis (Peru)*, Vol. 44, iss. 2, pp. 805-822. DOI: 10.18800/lexis.202002.012. (in Spanish).
- Bager, A.S., Mølholm, M.A. (2020), Methodological Framework for Organizational Discourse Activism: an Ethics of Dispositif and Dialogue. *Philosophy of Management*, Vol. 19, iss. 1, pp. 99-126. DOI: 10.1007/s40926-019-00124-x. (in English, in Danish).



- Bell, W. (2020), 'The new messiah of the battlefields': The Body as Discursive Strategy in Dalton Trumbo's *Johnny Got His Gun*. *NJES Nordic Journal of English Studies*, Vol. 19, iss. 5, pp. 47-63. DOI: 10.35360/njes.615. (in English, in Swedish).
- Bidgoli, M. (2020), Comedy and humour: An ethical perspective. *European Journal of Humour Research*, Vol. 8, iss. 1, pp. 82-94. DOI: 10.7592/EJHR2020.8.1.bidgoli. (in English, in Iranian).
- Brait, B., Pistori, M.H.C. (2020), *Marxism and the philosophy of language*: The reception of Bakhtin and the Circle in Brazil. *Bakhtiniana*, Vol. 15, iss. 2, pp. 33-66. DOI: 10.1590/2176-457344560. (in English, in Portuguese).
- Cai, K. (2020), Looking, reading, and intertextuality in Ding Ling's "Miss Sophia's Diary". *Prism*, Vol. 17, iss. 2, pp. 298-325. (in Chinese).
- Campbel, B. (2020), Africa starts at the Pyrenees: Humor, laughter, and financial recession in a Spanish enclave in Morocco. *Anthropological Quarterly*, Vol. 92, iss. 1, pp. 143-172. DOI: 10.1353/anq.2019.0005. (in English).
- Cook, J. (2020), M.M. Bakhtin and the German proto-Romantic tradition. *Studies in East European Thought*, Vol. 72, iss. 1, pp. 59-81. DOI: 10.1007/s11212-019-09347-0. (in English).
- De Castro, G., Do Nascimento, B.S. (2021), The Bakhtin circle and their respective support for theoretical debates in the field of information science. *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, Vol. 25, art. 66383. DOI: 10.5007/1518-2924.2020.e66383. (in English, in Portuguese).
- Denman, F. (2020), Russian speakers and 'The Russian Language' in Ireland: unity, hybridity, standard and variation. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, Vol. 42, iss. 2, pp. 178-194. DOI: 10.1080/01434632.2020.1730383. (in English, in Irish).
- Diste, O. (2021), Opportunities and problems of dialogical pedagogy in art museum education. *Dialogue Pedagogy*, Vol. 9, pp. A1-A36. DOI: 10.5195/dpj.2021.317. (in English, in Norwegian).
- Ellis, J. (2020), Laughter's truths: Hurston, Ellison, and open-ended dialogue. *Studies in American Humor*, Vol. 6, iss. 1, pp. 91-109. DOI: 10.5325/studamerhumor.6.1.0091. (in English).
- Feng, W. (2020), *Intercultural aesthetics in traditional Chinese theatre: From 1978 to the present*, Cham, Palgrave Macmillan publ., 277 p. DOI: 10.1007/978-3-030-40635-6. (in Chinese).
- Giæver, K., Jones, L. (2020), Putting Arendt, Bakhtin and atmosphere to work: Exploring different paths concerning the language development of multilingual children. *Contemporary Issues in Early Childhood*, Vol. 22, iss. 2, pp. 183-194. DOI: 10.1177/1463949120925895. (in English, in Norwegian).
- Good, M.-J.D. (2020), Spectral Presences of *Si Pai*: Begoña Aretxaga's *Cipayo* and Uncanny Experiences of *Si Pai* in Aceh 2008. *Ethos*, Vol. 47, iss. 4, pp. 480-488. DOI: 10.1111/etho.12252. (in English, in Basque).
- Goulart, C.M.A., Corais, M.C. (2020), Literacy, Discourse and the Production of Social Senses: Dimensions and Guidelines for Research and for Teaching. *Bakhtiniana*, Vol. 15, iss. 4, pp. 73-94. DOI: 10.1590/2176-457347351. (in English, in Portuguese).

- Grogan, B. (2020), Refining contrapuntal pedagogy: Reflections on teaching Warsan Shire's "Home" and W.H. Auden's "Refugee Blues" to first-year students. *Education as Change*, Vol. 24, art. 7506. DOI: 10.25159/1947-9417/7506. (in English).
- Gutierrez, A., Kostogriz, A. (2020), The influence of chronotopes on pre-service teachers' professional becoming in a school–university partnership. *Teachers and Teaching: Theory and Practice*, Vol. 26, iss. 5-6, pp. 475-489. DOI: 10.1080/13540602.2021.1873761. (in English).
- Hassanzadeh Javanian, M.R., Rahmani, F. (2020), The art of laughing: A study of the tempo-spatial matrix in Oliver Goldsmith's *She Stoops To Conquer*. *ELOPE: English Language Overseas Perspectives and Enquiries*, Vol. 17, no. 2, pp. 137-147. DOI: 10.4312/elope.17.2.137-147. (in English, in Iranian).
- Hendlin, Y.H. (2021), The Law of the Excluded Middle: Discourse as Casualty of the Post-Truth Extremist Response to the Coronavirus Pandemic. *Law, Culture and the Humanities*, published online March 24. DOI: 10.1177/1743872121999737. (in English, in Dutch).
- Intezar, H. (2021), Speaking Pictures, Silent Voices: Female Athletes and the Negotiation of Selfhood. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, Vol. 55, iss. 1, pp. 89-111. DOI: 10.1007/s12124-020-09577-6. (in English).
- Issa, R., Wigen, E. (2020), Levantine chronotopes: prisms for entangled historie. *Contemporary Levant*, Vol. 5, iss. 1, pp. 1-12. DOI: 10.1080/20581831.2019.1710666. (in English, in Arabic).
- Jaeger, E. (2021), Friends and authors: Spontaneous co-composing in a writing workshop. *Journal of Early Childhood Literacy*, Vol. 21, iss. 2, pp. 177-207. DOI: 10.1093/elt/ccv001. (in English).
- Jensehaugen, J. (2020), Terra morata: the West Bank in Menachem Begin's worldview. *Contemporary Levant*, Vol. 5, iss. 1, pp. 54-63. DOI: 10.1080/20581831.2020.1710675. (in English, in Norwegian).
- Jones, V., Beynon, S. (2021), Edible insects: applying Bakhtin's carnivalesque to understand how education practices can help transform young people's eating habits. *Children's Geographies*, Vol. 19, iss. 1, pp. 13-23. DOI: 10.1080/14733285.2020.1718608. (in English).
- Jung, S.E., Lee, K.A (2021), Young child's dialogic appropriation of programmable robots. *British Journal of Educational Technology*, Vol. 52, iss. 1, pp. 394-410. DOI: 10.1111/bjet.13012. (in English).
- Lee, C. (2021), Ethical perplexities of researching with children in uncertain times: a dialogic approach. *International Studies in Sociology of Education*, Vol. 30, pp. 32-42. DOI: 10.1080/09620214.2021.1925140. (in English).
- Li, K., Blommaert, J. (2020), 'Please abuse me': Ludic-carnivalesque female masochism on Sina Weibo. *Gender and Language*, Vol. 14, iss. 1, pp. 28-48. DOI: 10.1558/genl.36436. (in Chinese).
- Lima, N.W., De Moraes, A.G., De Goes Monteiro, A.V. (2021), "Cântico dos cânticos, quântico dos quânticos": as relações dialógicas entre artes, ciências contemporâneas e saúde no álbum Quanta, de Gilberto Gil. *Historia, Ciências, Saude – Manguinhos*, Vol. 28, iss. 1, pp. 187-209. DOI: 10.1590/S0104-59702021000100010. (in Portuguese).

- Lin, Y., Tingting, Y. (2020), Overinterpretation: Subjectivity in Acceptance of Bakhtin's Polyphonic Novel Theory. *Interdisciplinary Studies of Literature*, Vol. 4, iss. 2, pp. 163-173. (in Chinese).
- Lowe, S., Tapachai, N. (2020), Bakhtin to the future. *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 36, no. 10, pp. 1721-1728. DOI: 10.1108/JBIM-10-2019-0459. (in Thai).
- Majbroda, K. (2020), Laughter – dialogue – subversion. Bakhtin in the anthropological reception. *Lud*, T. 104, pp. 493-509. DOI: 10.12775/lud104.2020.21. (in Polish).
- Matekšmit, Z., Čuto, E. (2020), Consciousness or Cognition? (Problems with Translating Bakhtin; or, How to Translate Bakhtin Well?). *Književna smotra: Časopis za svjetsku književnost*, Vol. 52, no. 197 (3), pp. 133-138. (in Croatian).
- Matusov, E., Sullivan, P. (2020), Pedagogical Violence. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, Vol. 54, iss. 2, pp. 438-464. DOI: 10.1007/s12124-019-09512-4. (in English).
- Mohammed, S.N., Trumbour, R.C. (2020), The Carnavalesque in the 2016 U.S. Presidential Campaign. *Presidential Studies Quarterly*, Vol. 51, iss. 4, pp. 884-903. DOI: 10.1111/psq.12658. (in English).
- Monea, B. (2020), Looking At Screens: Examining Human-Computer Interaction and Communicative Breakdown in an Educational Online Writing Community. *Computers and Composition*, Vol. 58, art. 102605. DOI: 10.1016/j.compcom.2020.102605. (in English).
- Moon, D.S. (2020), The role of cultural production in celebrity politics: Comparing the campaigns of Jesse 'The Body' Ventura (1999) and Donald Trump (2016). *Politics*, Vol. 40, iss. 2, pp. 139-153. DOI: 10.1177/0263395719862446. (in English).
- Nakamura, T. (2021), Motivation, imagined self, and speech genres: Bakhtinian considerations. *System*, Vol. 99, art. 102252. DOI: 10.1016/j.system.2021.102525. (in English).
- Nugent, M. (2021), Listening to the voice of the child: listening to laughter. *Education 3-13*, Vol. 49, iss. 5, pp. 572-582. DOI: 10.1080/03004279.2020.1745863. (in English).
- O'Hare, A., Coyne, J. (2020), Unschooling and the Self: A dialogical analysis of unschooling blogs in Australia and New Zealand. *Culture and Psychology*, Vol. 26, iss. 3, pp. 484-499. DOI: 10.1177/1354067X19877914. (in English).
- Öhman, A. (2020), Embodiment and the Risk of Reading. *Educational Theory*, Vol. 70, iss. 1, pp. 21-29. DOI: 10.1111/edth.12403. (in English, in Swedish).
- O'Leary, S., Smith, D. (2020), Moments of resistance: An internally persuasive view of performance and impact reports in non-governmental organizations. *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 85, art. 101140. DOI: 10.1016/j.aos.2020.101140. (in English).
- Pandya, J.Z., Low, D.E. (2020), Theorizing the Addressive Audience in Children's Digital Video Production. *Written Communication*, Vol. 37, iss. 1, pp. 41-68. DOI: 10.1177/0741088319880509. (in English).
- Parks, P. (2020), Covering Trump's 'Carnival': A Rhetorical Alternative to 'Objective' Reporting. *Journalism Practice*, Vol. 13, iss. 10, pp. 1164-1184. DOI: 10.1080/17512786.2019.1577696. (in English).

- Parslow, J. (2020), The Levant, from utopia to chronotopia: an unsettled word for an unsettled region. *Contemporary Levant*, Vol. 5, iss. 1, pp. 13-23. DOI: 10.1080/20581831.2020.1710667. (in English, in Norwegian).
- Perrie, M. (2020), The Oprichnina as a Carnival of Violence: Ivan the Terrible and Muscovite Popular Culture. *Russian History*, Vol. 47, iss. 1-2, pp. 100-113. DOI: 10.30965/18763316-04701009. (in German).
- Petrakos, C. (2021), Comedy gold: Humor on the Alaska-Yukon border, 1886-1896. *Studies in American Humor*, Vol. 7, iss. 1, pp. 86-104. DOI: 10.5325/studamerhumor.7.1.0086. (in English).
- Ponce, A.G. (2020), Who's Afraid of Lotman and Bakhtin? Two Semiotic Readings of Fear. *Bakhtiniana*, Vol. 15, iss. 4, pp. 28-43. DOI: 10.1590/2176-457346290. (in English, in Spanish).
- Ratnam, T. (2020) Provocation to Dialog in a Third Space: Helping Teachers Walk Toward Equity Pedagogy. *Frontiers in Education*, Vol. 5, art. 569018. DOI: 10.3389/educ.2020.569018. (in English, in Hindi).
- Remm, T., Kasemets, K. (2020), Chronotope as a framework for landscape experience analysis. *Landscape Research*, Vol. 45, iss. 2, pp. 254-264. DOI: 10.1080/01426397.2019.1594738. (in Estonian).
- Shayan, T. (2020), The culture of childhood in (and) spaces of resistance. *Contemporary Issues in Early Childhood*, published online October 12. DOI: 10.1177/1463949120966105. (in English).
- Simpson, A., Dervin, F. (2020), Forms of dialogism in the Council of Europe Reference Framework on Competences for Democratic Culture. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, Vol. 41, iss. 4, pp. 305-319. DOI: 10.1080/01434632.2019.1618317. (in Chinese).
- Tasca, M. (2020), "Positioning theory" and analysis of the lyrical subject. *Enthymema*, Vol. 25, pp. 445-463. DOI: 10.13130/2037-2426/13691. (in English, in Italian).
- Ukoha, C., Stranieri, A. (2020), The delicate balance of communicational interests: A Bakhtinian view of social media in health care. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, Vol. 19, iss. 2, pp. 236-246. DOI: 10.1108/JICES-06-2020-0071. (in English).
- Vasconcelos, F.M. de (2020), Musical Dialogism and Time: Musical Utterance Under the Light of Bakhtinian and Berian Views. *Opus*, Vol. 26, no. 1, art. 2608. DOI: 10.20504/opus2020a2608. (in Portuguese).
- White, E.J. (2021), Mikhail Bakhtin: a two-faced encounter with child becoming(s) through dialogue. *Early Child Development and Care*, Vol. 191, iss. 7-8, pp. 1277-1286. DOI: 10.1080/03004430.2020.1840371. (in English).
- Williams, J., Ryan, J. (2020), On the compatibility of dialogism and dialectics: the case of mathematics education and professional development. *Mind, Culture, and Activity*, Vol. 27, iss. 1, pp. 70-85. DOI: 10.1080/10749039.2019.1686026. (in English).
- Ye, D., Wang, D. (2020), Dynamic Coherence in the Dialogue of Subjects A study based on Bakhtin's Theory of Dialogue. *Semiotic Studies Chinese*, Vol. 16, iss. 1, pp. 105-118. DOI: 10.1515/css-2020-0005. (in Chinese, in English).
- Zhang, Y. (2021), The art of cunning: Georg Lukács, Mikhail Bakhtin and Soviet Socialist realism. *Journal of European Studies*, Vol. 51, iss. 1, pp. 24-46. DOI: 10.1177/0047244120985623. (in Chinese, in English).

Zhou, X. (2020), Daoism and dialogism: A dialogue between China and the West. *Culture and Psychology*, Vol. 25, iss. 4, pp. 517-543. DOI: 10.1177/1354067X19845072. (in English).

---

## DIALOGISM IN THE CONCEPT OF M. BAKHTIN (ACCORDING TO FOREIGN STUDIES)

**N.V. Petrakova**

*Far Eastern Federal University (Vladivostok, Russia)*

**Abstract:** This paper presents an analytical review of foreign studies published in the Scopus international abstract database in 2020-2021, dedicated to the work of the outstanding Russian thinker M. Bakhtin or based on his theoretical and methodological apparatus. The search was conducted on the keywords "Bakhtin" and "dialogue", the publications of Russian-speaking authors were deliberately not considered. As a result of the analytical work, various aspects of the dialogue that attract the attention of foreign researchers were classified and distributed in three directions, depending on what level of intersubjectivity (existential, symbolic or normative) the author emphasized. The above classification was based on the method of analytical stratification of life practices by S.E. Yachin. As a result of the study, it was shown that 16% of the authors focus on the existential layer of the communicative relationship, 47% on the symbolic level and 29% on the normative one. Another 8% of the works cover the entire triad as a whole. This ratio roughly corresponds to the attention that Bakhtin himself paid to various aspects of the dialogue.

**Key words:** Bakhtin, Bakhtin studies, communication, communicative mode, dialogue, dialogism, intersubjectivity.

**For citation:**

Petrakova, N.V. (2022), Dialogism in the concept of M. Bakhtin (according to foreign studies). *Communication Studies (Russia)*, Vol. 9, no. 2, pp. 260-273. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).260-273. (in Russian).

**About the author:**

**Petrakova, Natalia Valentinovna**, assistant at the Department of Philosophy and Religious Studies of the School of Arts and Humanities

**Corresponding author:**

Postal address: 8, Sukhanova ul., Vladivostok, 690950, Russia

E-mail: nv\_petrakova@mail.ru

**Received:** January 8, 2022

**Revised:** February 15, 2022

**Accepted:** March 24, 2022

## SOCIAL MEDIA AS AN INTEGRAL ELEMENT OF MODERN COMMUNICATION

L.B. Temnikova<sup>1</sup>, A.V. Vandisheva<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> *Kuban State Technological University (Krasnodar, Russia)*

**Abstract:** The authors of the article considered the main problems associated with the activities of people in the information space. In this work, it becomes obvious that the characteristic features of the modern information society are global informatization and computerization, the dominance of the Internet and social networks in the exchange of information. Moreover, it is quite obvious that social networks have become an integral part of modern life, and today it is impossible to imagine communication and the development of a person's creative potential without them. The new type of online interaction has marked a fundamentally different situation, when configurations of group communication have replaced traditional linear communications. In online communication, users, as well as in offline everyday life, devote more time to private, domestic interests and hobbies, rather than socially significant issues. Depending on the conditions of communication, content on social networks can be either written, written-visual or visual. Today, information on social media is increasingly represented using visual images, although initially the Internet was not. According to numerous studies, it became known that the majority of users publish photos without text or shorten it to two sentences.

**Key words:** information society, media environment, social networks, communication, content, platform, status, audience.

### **For citation:**

Temnikova, L.B., Vandisheva, A.V. (2022), Social media as an integral element of modern communication. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 9, no. 2, pp. 274-284. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).274-284.

### **About the authors:**

<sup>1</sup> **Temnikova, Lina Borisovna**, PhD, Head of the English Language Department № 1

<sup>2</sup> **Vandisheva, Anna Valentinovna**, PhD, Head of the English Language Department № 2

### **Corresponding authors:**

<sup>1,2</sup> Postal address: 2, Moscovskaya ul., Krasnodar, 350072, Russia

<sup>1</sup> E-mail: temnikova-lina@mail.ru

<sup>2</sup> E-mail: anna\_valentino@mail.ru

**Received:** October 26, 2021

**Revised:** December 13, 2021

**Accepted:** March 24, 2022

## **Introduction**

An integral part of the information society culture and the activities of people to create material and spiritual values of culture today is the creation and exchange of information. The characteristic features of the modern information society are global informatization and computerization, the dominance of the Internet and social networks in the exchange of information.

The history of the Internet as a socio-cultural phenomenon that affects society is still young, insufficiently studied and described. Today we live in a world completely captured by the media – a complex set of structures, where each structure has its own way of communication. G.M. McLuhan considered the concept of media as a means of communication, including not only its verbal capabilities, such as spoken, written, printed speech and visual messages, but also the sphere of fashion products, cinema, etc. [McLuhan 2003: 153]. Referring to the term "media", we are talking about means of communication and the exchange of information of various types, ranging from the most ancient, such as sign language or cave painting, to the most relevant and modern, which now hold the entire information space – the Internet, social networks and blogs.

Social media has become an essential part of modern life. Today, without them, it is impossible to imagine communication and the development of a person's creative potential. Their formation began a long time ago, and now researchers are proving the effectiveness of social networks as an effective tool for shaping public opinion.

These days, in everyday communication, a person uses a variety of media, among which the Internet has become a universal platform for posting and exchanging various types of information. In its development, the Internet has acquired the features of a social system consisting of many "virtual worlds" that unite in different communities based on common interests, values or some event. To designate the new situation M. Kastells introduced the concept of "network space", where there is an exchange of different types of resources or flows of information, technologies, capital, organizational interaction, images [Kastells 2004: 300].

For the networked media environment, a key feature has become the need to share with someone interesting news, seen or heard in real time "here and now." Therefore, in the space of social media synchronicity is important, there is nothing deferred, this is the reality of current time, where everyone interacts with each other in real time. The new type of online interaction has

marked a fundamentally different situation, when configurations of group communication have replaced traditional linear communications.

If at the very beginning of its development the Internet was perceived as a special "cyberspace", distant from everyday life, then with the simplification of use, the Internet became not only a part of everyday communications, but also began to independently reproduce the basis of everyday interactions. Modern social media allows the user not so much to concentrate on information as to be involved in the communication practices of everyday life. The organization of social networks involves the use of various kinds of constructs of everyday knowledge for both online communication and offline communication. The network structure of the Internet has formed such forms of behavior as community and networking, which have become everyday, social and professional practices, allowing, with the help of a friends round and acquaintances, to solve everyday tasks: from finding a home, kindergarten, work to promoting a business.

The branching and selectable organization of social networks allows each participant to expand the boundaries of stable ties and relationships, where any person at any time can choose or find a partner, start or break off a contact that has become burdensome. The new structure of relations led to the development of "weak ties", the rallying of distant, formally familiar people, and therefore to the expansion of the space and intensity of the processes of everyday communication. In other words, social media has transformed the traditional day-to-day communication based on the «near-far» opposition. Increased communication capabilities allow the user to be connected with the "distant", while giving rise to the illusion of a "near world", where nothing is really distant, but not close either.

### **Description of material and research methods**

To describe the problem, it is necessary to turn to modern discussions about the nature and specifics of social media, in which two opposing points of view have emerged. An important feature of the new media is their ability to represent a variety of points of view and life positions, that is, to create different models of the social. According to the first position, presented in the works of foreign researchers A. Sullivan, K. Shirky, social media were considered as a new multipolar environment, egalitarian in nature, without a single center, clearly defined boundaries and a hierarchical "top", a new independent arena for discussions, where the logic of development is the active and free cooperation of users [Berezin 2003: 25].

According to another point of view, social networks, being a kind of filter and information selector, do not create either new content or new assessments, but only redistribute and process information. So, according to L. Gudkov, "social networks are the renewal in a technologically new form of old mechanisms of social communication", with their own opinion leaders and the



reproduction of those mass sentiments that are characteristic of society as a whole [Berezin 2003: 30]. Analyzing the content of the pages of ordinary Russian users, the researchers note that about half of them use social networks for communication, shopping and entertainment, as well as, more likely, for "disseminating existing information than creating new". Thus, in online communication, users, as well as in offline everyday life, devote more time to private, domestic interests and hobbies, rather than socially significant issues. The focus is on the "world of evidence", sometimes meaningless events – a landscape seen or a meeting with friends – can become a topic for discussion. There is a fragmentation of the "agenda", in which the private, the private begins to prevail over the public, pushing out important and pressing social problems from the sphere of network cooperation. Skeptically assessing the impact of the Internet on society, D. Lanier in his manifesto "You are not a gadget" stated that social networks, focusing on the speed of creation and consumption of content, instead of creativity, encourage superficial judgments. Indeed, social networks are increasingly becoming a platform for constructing the standards and values of mass media culture, hierarchical features are more and more clearly manifested in them, their own "stars" are born here, which account for a huge number of appeals and comments. Thus, the reorientation of Internet communication into the area of private interests has turned social networks "into an endless series of parallel universes, each of which closes the user in a" personality loop". In other words, the polycentricity and variability of individual communications enhances not only the atomization of individual communities, but, in fact, debunks the liberal myth about the blogosphere as a place for the formation of spontaneous democracy and independent communities.

D. Golyenko-Wolfson sees the reason for the "paradox of an empty public sphere" in the fact that Russian social networks immerse the user "in the entertainment environment of image strategies and role-playing games", "impose the cult of comfortable consumption of information goods and services, care-free" repressive hedonism ". Indeed, with the widespread adoption of social media, advertising and marketing strategies are being introduced into the public space, in which consumer values and practices acquire a social dimension. Thanks to new photo and video hosting services, users can instantly visualize their consumer preferences, share with friends what they bought, watched, where they traveled. The representation of these practices in social media symbolizes the expansion of the influence of new forms of marketing (partisan, viral, trust) on the user's life [Golyenko-Vol'fson 2009: 103].

## **Discussion**

Now let's look at what type of content social networks produce. Depending on the conditions of communication, content on social networks can be either written, written-visual or visual. Today, information on social media is increasingly being represented through visual images. Although initially, ac-

According to the authoritative researcher M. Bal, "the Internet was not visual at all, for the most part". Its distinctive feature is the hypertextual structure, represented by such textual categories as nonlinearity, interactivity, openness. Therefore, the visuality of the Internet, from the point of view of M. Bal, cannot be postulated as primary, which rather makes the Internet akin to the discreteness of images of screen culture. But, in our opinion, a more accurate definition of media is the position of W. Mitchell, who claims that all media, including new ones, are "mixed".

As noted earlier, information in social networks is increasingly presented with the help of visual images. This can be seen by considering the well-known Instagram network.

According to the Brand Analytics analytical agency (a system for monitoring and analyzing social media and media), Instagram retained its first place in Russia in terms of active audience. The number of active authors in the social network in October 2021 amounted to 38.1 million authors. Which is slightly lower than last year – 42.8 million authors.

Instagram has proved to be an effective social network, as all information is published in the first person, where users can express their personal opinion and their point of view.

In modern society, Instagram has become one of the main platforms for the sale of goods and services, more than 69% of users have switched to a business account. Instagram began to be used for the development of shops and private entrepreneurship.

Marketing on Instagram allows you to create an image of your store and product, position your brand by advertising products and services, promotions, contests, etc.

Best Selling Niches on Instagram [Solomina 2021]:

- Cosmetics, clothes and accessories;
- Boutiques, malls, showrooms;
- Specialized goods, exclusive;
- Needlework;
- Cafes, restaurants;
- Hostels, hotels;
- Food (sushi, pizza, edible bouquets);
- Services of cosmetologists, dentists, etc.

Currently, the Instagram social network provides many opportunities for advertising and for promoting their products, brand, etc., while users have the opportunity to promote for free, for example, using messages in Direct, acting as an e-mail newsletter, work with bloggers on the basis of mutual benefit (this method of promotion can also be paid) and mutual PR, the use of hashtags, work with reviews.

Most users publish photos without text or shorten it to two sentences. There are several reasons why visual content on social networks prevails over

other types. Firstly, the increase in the speed of contacts and information has led to the transition from writing (blogging) to curation, which is carried out using short statuses, photos, likes, emoticons, colors and fonts. A quick look at personal pages made the look "voyeuristic", spying on different forms of life, therefore the mass user is not always interested in the content of events, but he is always attracted by the imagery. Arguing about the meanings of modern culture, A. Genis noted that "our time is devoid of depth, because all the main things happen in the sphere of the obvious," namely, "in the world that has come to the surface, all the main things are outside". In other words, everyday network communication is characterized by "simple" forms of communication that do not require additional "semantic" participation. In addition, visual images turn out to be much more stable forms of interpretation than textual ones.

Secondly, the popularity of visual content is associated with the development of numerous graphics programs that are easy to use and do not require special skills from the user. It is these programs, thanks to which the transmission of video and photographic materials has become generally available, that allow any biography, history to be turned into a visual series or supported by created illustrations. Moreover, the availability of digital and webcams makes it possible, for example, using selfies, to replicate not only the faces of the elite (which was an unchanging rule from the Middle Ages to the era of glossy magazines), but also ordinary users. Now, according to the critic A. Ehler, everyone has become "the greatest fan of oneself, a personal paparazzi," which undoubtedly democratizes and emancipates social media. The famous YouTube slogan "Broadcast Yourself!" is democratic in nature and actualizes itself as a social project that is available to everyone, since any user with access to digital technologies can post their video or photo without any prior selection, censorship or approval. Social media gives the freedom to non-professionals to directly address the audience, bypassing the program editors, producers, typical for traditional channels of presentation of works [Eler 2013].

YouTube is the only one of the sites studied where both the number of authors and the number of posts increased in 2021. Although audience activity has increased from 2.8 to 3.3 posts, it remains low and reflects the transformation of YouTube into a "TV".

It is interesting that, YouTube became more masculine at the same time – the share of male audience increased from 58% to 60.2%.

The network nature of services and their virulence have led to the massive spread of photography and video blogging on social networks. Visual user-generated content has acquired a new status: from an artistic, expressive means, a way of documenting an event, it has turned into a means of communication or, according to E. Petrovskaya, into "pure communication". Now "ordinary" users, using the resources of the Web, have the opportunity to move from the local to the global level of communication, to become "opinion leaders" capable of influencing the views and observation techniques of the virtual

community. In this situation, the indicator of the success of visual content is the number of views, likes and ratings, which not only reproduce, but even reinforce the functional structure borrowed from traditional media, erasing the distinction between genuine and imaginary, original and copy. Video and photo hosting sites determine the top of the best user projects, the stars of YouTube and Instagram are "non-obvious people", whose daily life turns into a message: "I'm in a restaurant", "I'm in a seaside", "I'm driving or I'm in a traffic jam" and etc. As L. Manovich rightly noted, social networks have become a "visual window into reality," and now millions of users take pictures, pose, select filters, demonstrating a version of their everyday life [Manovich 2018: 256]. Particular aspects of a person's daily life that were previously hidden for many aspects of a person's daily life become visible, accessible to others. For this kind of content, a text message is no longer required, it is enough to post a photo or video so that users can get the necessary information. It is no coincidence that today the selfies posted on Instagram are called a "visual diary", similar to a traditional family album. But it is only necessary to keep in mind one significant difference – in social networks, any event becomes a media event, available for public viewing and discussion.

Essential for the analysis of the representation of everyday life is that the construction of everyday life is carried out through self-presentation or the user's own life world. Now everyone himself creates a version of his/her personality, builds his own visual course of everyday life. The multiple life forms of a person's everyday experience are not broadcast anonymously, but through the story of their own life, created by multiple actors, whose life until recently was unknown to a wide range of viewers. By publishing any information about a place, event, meeting, the Internet user turns himself, his life into a message, establishing and demonstrating to others his order of life. This is why the dominant image on Instagram (55%) is the self-portrait, or selfie [Murashova 2017: 70].

Mass distribution of content always presupposes both substantive and technological simplicity. Network parameters influenced not only the nature of the image, but also determined the very format of network photography or video. With all the variety of capturing everyday experience, visual representation in social media is normative, which is largely determined by the technical capabilities of the broadcast, for example, the small screen of a mobile device. Therefore, the picture (photograph) should be as bright as possible, without unnecessary details, in order to attract the attention of other users [Demidova, Soboleva 2017: 55].

At the same time, the format of visual messages on social networks is set based on socially desirable images and socially approved norms of behavior. Users are offered a constructed, that is, an idealized image of reality, which, according to S. Sontag, sets "the norm for how we see things." Thus, the normality of the visual is also determined by the "structure of desires" of the user, who seeks to make his material popular. Therefore, the evaluation by others

(in the form of likes of friends involved in the communication process) largely determines what and how the user will publish. By constantly taking into account the point of view of the Other, the user identifies himself and presents his daily experience, in which there is no distance between private interests and work [Temnikova, Akopova 2020: 390].

In their development, social networks, video chats have become a new consumer platform or, in the words of L. Boltanski, "the networked world of the new spirit of capitalism", which penetrates into the private, everyday practices of human existence. So, for example, YouTube video hosting during its existence has turned from an elite channel that posts unique content into a targeted advertising platform where users prefer to view mass and entertaining visual content. According to such researchers as G. Chatzopoulou, C. Cheng and M. Faloutsos, YouTube has become one of the main channels for promoting a person, services or products [Chatzopoulou, Sheng, Faloutsos 2010: 2; Cheng, Dale, Liu 2008: 230]. What's more, popular authors who run their personal YouTube channel are rewarded for their content by posting ads, paid subscriptions, or annotations to their blog. The success of a personal blog is primarily determined by the number of subscribers, likes and views of a particular video. It is the likes and views that are the "ideal quasi-money" that determine the effectiveness of the video blog not only from the marketing point of view, but also give the displayed events the character of a "general fact" that is significant and evaluated "from the point of view of the Other". In this sense, like as a "hieroglyph of pure sociability" also performs a communicative function aimed at instantly (online) strengthening and maintaining group identity.

What becomes the object of the image in the conditions of commodification of the channel? What video versions of everyday life and ways of its visual representation are offered by social networks? What should be the format of a video or photo in order for them to get the required number of likes, that is, to be seen on the network?

Modern vlogs are "simple videos about life" in which authors (video bloggers) record themselves on a camera and talk about how they travel, discuss some news, eat, shop, sleep. For example, most popular vlogs with millions of subscribers record the daily life of a young girl who goes / goes shopping, meets with her friends, prepares for exams, etc. Thus, now a celebrity becomes an ordinary person, his ordinary life is real time or those events that happened to him right here and now. His everyday life is mediated, turns into a certain standard, into a norm of socially approved behavior. If earlier people went to social networks to find out the latest news, now – to see what's new in the lives of friends. By its very nature, video blogging is voyeuristic: the audience likes the opportunity to look into the private life of other people, to spy on it. McDonald calls this relationship "permissible voyeurism", and this is the look of an entire audience of viewers who are watching what is happening, evaluating, commenting on it.

Of course, the number of scripts of everyday life can be varied, but their format is limited by the conditions of the Internet communication itself, which requires automaticity and predictability from visual images created by users. Therefore, here it is important to recall the ideas of N. Luhmann, who argued that communication as a system has the properties of self-generation and self-development. Its main role is to support itself (autopoiesis), while subjects (users) should not interfere with it, to carry out communication without delays, interpretations and interference. Therefore, as we have already noted, amateur visual images in social networks perform the function of "pure communication" and, unlike artistic images, they seek not to destroy, but, on the contrary, to recreate, according to Yu. Lotman, "automated grammar, without which the act of communication is impossible ". As a rule, high information content and originality destroy mass communication, so users prefer to like and comment only on those personal blogs where the uniqueness of the content is strictly dosed.

### **Conclusion**

Thus, it should be stated that the development of social networks has opened up many opportunities for both ordinary users and well-known brands, as well as opened up wide career opportunities for many people and brought new earning opportunities. Instagram in modern society has become the main tool for shaping public opinion and an effective platform for promoting a personal brand, for selling goods and services. First of all, it is a tool of self-presentation and self-promotion, it allows people to follow their "standards" and imitate them, due to which the virtual socialization of the subject takes place. Thus, Instagram acts as a combination of elements of interpersonal, group and mass communication, which has affected both cultural, social, and economic and political spheres of society.

As for YouTube video hosting, it is worth noting here that this social network, as one of the promising communication channels, is relevant not only for modern society, but also for enterprises of various industries and fields of activity. It is an effective tool with which you can attract the attention of a large number of consumers and thereby increase sales with minimal promotion costs.

### **References**

- Berezin, V.M. (2003), *Massovaya kommunikatsiya: sushchnost', kanaly, deistviya* [Mass communication: essence, channels, actions], Moscow, RIP-kholding publ., 174 p. (in Russian).
- Chatzopoulou, G., Sheng, C., Faloutsos, M. (2010), A First Step Towards Understanding Popularity in YouTube. *2010 INFOCOM IEEE Conference on Computer Communications Workshops*, IEEE publ., pp. 1-6. DOI: 10.1109/INFCOMW.2010.5466701.

- Cheng, X., Dale, C., Liu, J. (2008), Statistics and Social Network of YouTube Videos. *2008 16th International Workshop on Quality of Service*, IEEE publ., pp. 229-238. DOI: 10.1109/IWQOS.2008.32.
- Demidova, Z.V., Soboleva, E.I. (2017), К вопросу о соотношении содержания и смысла текста как коммуникативной единицы [On the question of the relationship between the content and meaning of the text as a communicative unit]. Sereda, P.V. (ed.) *Filologicheskie i sotsiokul'turnye voprosy nauki i obrazovaniya*, proceedings of the 2nd International scientific and practical conference, Krasnodar, Kuban State Technological University publ., pp. 54-60. (in Russian).
- Eler, A. (2013), Theory of the Selfie. *Hyperallergic*, November 20, available at: <http://hyperallergic.com/94461/theory-of-the-selfie/> (accessed date: October 10, 2021).
- Golynko-Vol'fson, D. (2009), Sotsial'nye seti v nesetovom sotsiume (O biopolitike, istorizme i mifologii russkikh sotsial'nykh setei) [Social networks in non-networked society]. *Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media*, Vol. 1, no. 2, pp. 101-113. (in Russian).
- Kastells, M. (2004), *The internet Calaxy*, Yekaterinburg, U-Faktoriya publ., Humanitarian University publ., 328 p. (in Russian).
- Manovich, L. (2018), *The language of new media*, Moscow, Ad Marginem publ., 400 p. (in Russian).
- McLuhan, M., (2003), *Understanding media: the extensions of man*, Moscow, KANONpress-TS publ., Zhukovsky, Kuchkovo pole publ., 464 p. (in Russian).
- Murashova, L.P. (2017), Modern information technologies in the teaching of economic discourse translation. *Scientific bulletin of Uzhny institute of management*, No. 2, pp. 69-73. DOI: 10.31775/2305-3100-2017-2-69-73. (in Russian).
- Solomina, A.V. (2021), The role of the social network "Instagram" in life of modern society. *Skif*, No. 5 (57), pp. 400-405. (in Russian).
- Temnikova, L.B., Akopova, N.I. (2020), Information process in media discourse: features of influencing on the audience. *Filologicheskie i sotsiokul'turnye voprosy nauki i obrazovaniya*, proceedings of 5th International scientific and practical conference, Krasnodar, Kuban State Technological University publ., pp. 386-394. (in Russian).

---

## СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ЭЛЕМЕНТ СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Л.Б. Темникова<sup>1</sup>, А.В. Вандышева<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> *Кубанский государственный технологический университет  
(Краснодар, Россия)*

**Аннотация:** Рассматриваются основные проблемы, связанные с деятельностью людей в информационном пространстве. Приводятся позиции зарубежных и отечественных исследователей, в ходе рассмотрения которых становится очевидным, что характерными чертами современного информационного общества являются глобальная информатизация и компьютеризация, господство Интернета и социальных сетей при обмене информацией. Более того, совершенно очевидно, что социальные сети стали неотъемлемым элементом

современной жизни и сегодня без них невозможно представить общение и развитие творческого потенциала личности. Новый тип взаимодействия – онлайн – обозначил принципиально иную ситуацию, когда на смену традиционным линейным связям пришли конфигурации групповой коммуникации. В онлайн-коммуникации пользователи так же, как и в офлайн-повседневной жизни, больше времени уделяют частным, бытовым интересам и увлечениям, а не общественно значимым вопросам. В зависимости от условий коммуникации контент в социальных сетях может быть как письменным, письменно-визуальным, так и визуальным. Сегодня информация в социальных медиа всё чаще репрезентируется при помощи визуальных изображений, хотя первоначально Интернет таковым не являлся. Делается вывод, что рассматриваемые социальные сети представляют не только развлекательный контент, но и открывают множество возможностей как для обычных пользователей, так и для известных брендов.

**Ключевые слова:** информационное общество, медиасреда, социальные сети, коммуникация, контент, платформа, статус, аудитория.

**Для цитирования:**

Темникова Л.Б., Вандышева А.В. Социальные сети как неотъемлемый элемент современной коммуникации // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 274–284. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).274-284. (На англ. яз.).

**Сведения об авторах:**

<sup>1</sup> **Темникова Лина Борисовна**, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой иностранных языков № 1

<sup>2</sup> **Вандышева Анна Валентиновна**, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой иностранных языков № 2

**Контактная информация:**

<sup>1,2</sup> Почтовый адрес: 350072, Россия, Краснодар, ул. Московская, 2

<sup>1</sup> E-mail: temnikova-lina@mail.ru

<sup>2</sup> E-mail: anna\_valentino@mail.ru

**Дата поступления статьи:** 26.10.2021

**Дата рецензирования:** 13.12.2021

**Дата принятия в печать:** 24.03.2022



Раздел II

---

**СОВРЕМЕННЫЕ  
ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ**





Part II

---

**MODERN DISCOURSE PRACTICES**

## **ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ РЕКЛАМНОГО ОБРАЗА КАК ОТРАЖЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ**

**Т.Б. Кольшикина<sup>1</sup>, И.В. Шустина<sup>2</sup>**

*<sup>1,2</sup> Ярославский филиал Финансового университета  
при Правительстве Российской Федерации (Ярославль, Россия)*

**Аннотация:** Проблема позиционирования на рынке является одним из направлений коммуникационной политики организации. Часто эта позиция доносится до потребителя через рекламный образ, который формируется различными средствами и обусловлен рекламной концепцией. Выдвигается гипотеза, что рекламная концепция определяет выбор языковых средств и формирует тип рекламного образа. Материалом для исследования послужила реклама банка ВТБ. Исследование предполагало два этапа. Примененный на первом этапе метод контент-анализа позволил дать подробное описание семантического пространства банковской рекламы на основе модели «тип – образ». Поскольку рекламный продукт позволяет сознательно формировать представление о товаре или услуге и подавать его потребителю в виде понятных готовых образов, на следующем этапе был осуществлен анализ языковых единиц, реализующих данные образы. Такой анализ позволяет установить языковые средства, отражающие рекламную концепцию и создающие такой образ, который близок потребителю. В статье подробно представлено описание языковых средств различных уровней. Выявленные в ходе анализа закономерности свидетельствуют о том, что выбор языковых средств, создающих рекламный образ, напрямую зависит от концепции рекламной кампании и особенностей целевой аудитории. Очень разные, часто противоречащие друг другу образы, создаваемые в рекламе банка, свидетельствуют, что на настоящий момент компания, рекламные материалы которой были проанализированы в исследовании, не придерживается какой-то одной концепции позиционирования, а работает в разных направлениях для поиска новых ниш и новых потребителей.

**Ключевые слова:** языковые средства, образ, рекламная концепция, контент-анализ.

**Для цитирования:**

*Кольшикина Т.Б., Шустина И.В. Языковые средства создания рекламного образа как отражение концепции рекламной кампании // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 287–297. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).287-297.*

**Сведения об авторах:**

<sup>1</sup> **Колышкина Татьяна Борисовна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры государственного и муниципального управления и медиакоммуникаций

ORCID: 0000-0002-3859-767X

<sup>2</sup> **Шустина Ирина Викторовна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры государственного и муниципального управления и медиакоммуникаций

ORCID: 0000-0002-2131-9702

**Контактная информация:**

<sup>1,2</sup> Почтовый адрес: 150003, Россия, Ярославль, ул. Кооперативная, 12а

<sup>1</sup> E-mail: ktb-10@mail.ru

<sup>2</sup> E-mail: shustina-irina@rambler.ru

**Дата поступления статьи:** 12.11.2021

**Дата рецензирования:** 13.12.2021

**Дата принятия в печать:** 24.03.2022

**Введение**

К проблеме воздействия на потребителя посредством рекламного образа [Овруцкий 2004] обращаются разные исследователи. Одни анализируют его применительно к процессу идентификации [Колышкина, Маркова, Шустина 2020б], другие – с точки зрения фреймового подхода [Ежова, Новиков 2007], используемых стратегий и тактик [Иссерс 2019]. В работах некоторых исследователей данная проблема рассматривается в контексте брендинга [Траут, Райс 2019; Rossiter, Percy 1985], бизнес-коммуникаций [Гойхман, Гончарова 2018] или, еще шире, дискурса массовой коммуникации [Bardoel, Deuze 2001; Bell 2001; Бжозовска 2014; Holland, Gentry 1997; Landert, Jucker 2011; Lasswell 1948; Williamson 1983; Wright 1975].

Гипотеза: рекламная концепция определяет выбор языковых средств и формирует тип рекламного образа.

Цель – выявить обусловленность выбора языковых средств рекламной концепцией.

**Методология исследования**

Выборка. Методом сплошной выборки были отобраны 17 роликов рекламы банка ВТБ, размещенные на трех основных каналах («Первый», «Россия», НТВ) в период с 2017 по 2020 г.

На первом этапе исследования был применен метод контент-анализа [Тавокин 2019]. В качестве кодировочных категорий выступали ха-

рактеристики модели «тип – образ» [Кольшклина, Шустина 2020а: 186–198]. На втором этапе исследования осуществлялся анализ языковых средств.

### Интерпретация результатов

В результате проведенного контент-анализа было выявлено, что анализируемые ролики относятся к разным рекламными кампаниям: «Большое преимущество» (5 текстов), «Работают профессионалы» (6 текстов), «Всё получится» (6 текстов), – в ходе которых формируется разный тип рекламного образа. Анализ вербальных средств создания образа позволил установить зависимость выбора языковых единиц от концепции рекламной кампании.

Рекламная кампания «**Большое преимущество**», лицом которой стал Владимир Машков, рассчитана на определенный тип клиента. Концепция избранности, направленности на людей особенных, целеустремленных формируется в большинстве текстов образом впечатления адресатного типа.

Повествование ведется от лица адресата (рекламного персонажа) (мест. и гл. в форме 1-го л. ед. ч.), который заявляет свои мировоззренческие принципы, касающиеся денег и отношения к деньгам: 1) *Есть такие люди, у которых дар. Они смотрят на людей вокруг себя и видят деньги. Но я им не завидую, потому что лучше смотреть на деньги и видеть людей. Людей, события, вещи, свершения, возможности. Вот это особый дар. Уровень, на котором многое приходит к тебе само, потому что ты его стоишь! Пакет услуг «Привилегия»; 2) Все всегда хотят больше. Больше. Еще больше. Что значит – больше? Больше не знает ни предела, ни отдыха. Больше никогда не останавливается. Больше – это нескончаемый шум. Слишком много. Вернее, больше, чем может понадобиться. Безвкусица. Мне не нужно больше. Мне нужно достаточно, но достаточно для всего.*

Другой способ указания на адресата [Арутюнова 1981] обозначен формами 2-го л. ед. и мн. ч.: *Вот это особый дар. Уровень, на котором многое приходит к тебе само, потому что ты его стоишь; Чтобы вы ни делали со своими деньгами; узнайте, какой дополнительный доход вы можете получить...; Только вы знаете, для единиц нули не страшны; Вкладывай на особых условиях с повышенной ставкой* – этот тип людей по своему отношению к жизни близок рекламному герою.

Но есть еще один тип людей, кардинально отличающийся от двух первых, – это рядовой потребитель банковских услуг. Его оценка дается через формы 3-го л. мн. ч.: *Они смотрят на людей вокруг себя и видят деньги. Но я им не завидую* – он типичен, предсказуем, что подчеркивается общеутвердительным суждением (*Все всегда хотят больше*). В тексте создается оппозиция «{я = вы} – они»: вы, такие же, как я (*уровень, на котором многое приходит к тебе само, потому что ты этого стоишь* (косвенная проекция на целевую аудиторию)), а они – другие.

Элитарность целевой аудитории (особый тип адресата) подчеркивается языковыми средствами на разных уровнях, которые может интерпретировать «человек высоких интеллектуальных возможностей». В текстах обыгрывается многозначность на лексическом и грамматическом уровне (*Все всегда хотят больше. Больше. Еще больше. Что значит – больше? Больше не знает ни предела, ни отдыха. Больше никогда не останавливается. Больше – это нескончаемый шум. Слишком много. Вернее, больше, чем может понадобиться. Безвкусица. Мне не нужно больше. Мне нужно достаточно, но достаточно для всего*), семантика слова (*Получили деньги – заработали. Потратили – заработали*) и паралогические ходы (*Не нужно бояться денег. Не нужно бояться нулей. Ноль – это пустое место. Пустое место – это пространство. Чем больше нулей, тем больше места, больше пространства, сколько угодно пространства для всего, чем Вы захотите его заполнить*).

В текстах этой группы практически не используется повелительное наклонение. Поскольку клиент – человек со своей устоявшейся позицией, то ему нужно дать возможность подумать, а не побуждать напрямую. Это отражается в выборе глагольных форм – в тексте преобладают глаголы прошедшего времени совершенного вида, обозначающие действие как свершившийся факт: *Получили деньги – заработали. Потратили – заработали. Не потратили – снова заработали*.

В текстах встречаются безличные конструкции с составными сказуемыми, в роли вспомогательного компонента которых выступают слова категории состояния с модальным значением: *Лучше смотреть и видеть людей; Не нужно бояться денег; Нужно просто объединить деньги в одно, чтобы они работали как единое целое*. Данный тип предложений позволяет транслировать некоторые правила, которые следует соблюдать, чтобы относиться к элитарной категории людей.

В рекламе используется языковая игра на уровне синтаксиса – самом сложном для восприятия уровне языка. В текстах представлены антитеза (*Они смотрят на людей вокруг себя и видят деньги. Но я им не завидую, потому что лучше смотреть на деньги и видеть людей*), синтаксический параллелизм в сочетании с эпифорой (*Получили деньги – заработали. Потратили – заработали; Деньги – это нормально. И много денег – это тоже нормально*), анафора (*Мне не нужно больше. Мне нужно достаточно, но достаточно для всего; Больше не знает ни предела, ни отдыха. Больше никогда не останавливается. Больше – это нескончаемый шум*). Часто встречается парцелляция, которая позволяет сделать акцент на значимых аспектах рекламного сообщения (*Но я им не завидую, потому что лучше смотреть на деньги и видеть людей. Людей, события, вещи, свершения, возможности; Все всегда хотят больше. Больше. Еще больше*).

Как видно из приведенных выше примеров, тексты насыщены лексическим повтором ключевых слов, что обеспечивает внедрение в под-

сознание потребителя рекламы важных установок. Введение в текст неполных предложений, содержащих внутреннюю оценку (**Безвкусица; Уровень, на котором многое приходит к тебе само, потому что ты его стоишь!**), подталкивает адресата к размышлению о сделанном предложении. Элитарный тип потребителя склонен именно к таким аналитическим размышлениям, обдуманному принятию решения, поскольку он не спешит, у него всё есть.

Восприятие рекламы серии «Большое преимущество» рассчитано на интеллектуальное считывание всех заложенных в текст смыслов, на что способен не каждый адресат, а лишь определенный тип клиента – человек высокообразованный, эрудированный, склонный к нестандартному взгляду на типичные предметы и явления, к нетипичному восприятию общепринятых вещей.

В рекламной кампании **«Работают профессионалы»** представлен образ-характеристика адресантного типа. Адресат рекламы – представители малого и среднего бизнеса, люди молодые, энергичные, нацеленные на развитие как в плане бизнеса, так и в плане личностного роста, но не вполне опытные и не готовые рисковать понапрасну. Этим людям нужна помощь и поддержка более опытных людей. В качестве такого партнера готов выступить ВТБ. Как и в предыдущей рекламной кампании, рекламную концепцию отражает рекламный персонаж, в данном случае это Сергей Бурунов. Все тексты построены по принципу драматизированной рекламы [Кольшклина, Маркова, Шустина 2020а: 82–83].

Текст строится по модели:

а) комическая ситуация: 1) *посека*; 2) *кухня*; 3) *рыбалка*; 4) *занятия йогой*; 5) *занятие альпинизмом*;

б) возможная или существующая проблема: 1) *Одна ошибка, и посека может превратиться в контактный зоопарк. В инвестициях без поддержки профи тоже можно больно ужалиться*; 2) *Высокая кухня. Без подготовки даже каши не сварить. <...> В инвестициях без поддержки профи тоже быстро запахнет жареным*; 3) *Если не знаешь рыбные места, уху будешь из консервов варить. В океане инвестиций без поддержки профи тоже ловить нечего*; 4) *У меня сейчас все чакры откроются. <...> В инвестициях баланс без гуру тоже не удержать*; 5) *Похоже, я сегодня не на высоте*;

в) совет профессионала: 1) *Сергей, чтобы котировки не кусались, действуйте с профессионалами*; 2) *Пора, Сергей, брать над Вами шефство*; 3) *Сергей, где мы, там клюет. Действуйте с профессионалами*; 4) *Сергей, помним про баланс*; 5) *Не падаем духом, Сергей! Поднимаемся в связке*;

г) предложение ВТБ: 1–5) *ВТБ мои инвестиции – пожалуй, лучшее приложение для тех, кто хочет получать дополнительный доход*;

д) счастливый финал: 1) *Ох, жужжат мои инвестиции*; 2) *Это надо просто попробовать*; 3) *Доход клюет, пора подсекать*; 4) *Даем установку на положительный баланс*; 5) *Дела-то в гору пошли, связка с профи работает*.

Когда персонаж оказывается в сложной ситуации, ему на помощь приходят профессионалы из ВТБ. Целевая аудитория определяет концепцию и общую стилистику рекламы. Молодые люди настроены оптимистично, они шутят по поводу своих промахов и неудач (*сегодня я не на высоте*), оптимистично относятся к проблемам и позитивно настроены на перспективы развития своего дела. Это определяет отбор языковых средств, которые существенно отличаются от рассмотренных выше.

В каждом ролике данной рекламной кампании встречаются фразеологизмы или устойчивые сочетания, причем они одновременно реализуют как прямое, так и переносное значение, за счет чего создается комический эффект: *Без подготовки даже каши не сварить; Если не знаешь рыбные места, уху будешь из консервов варить; Похоже, я сегодня не на высоте; Дела-то в гору пошли, связка с профи работает*. Акцент на прямом значении устойчивых сочетаний делается благодаря визуальному ряду и ситуации, о которой рассказывается: кухня, рыбалка, занятие альпинизмом и др.

В текстах встречается большое количество метафорических оборотов, позволяющих включить адресата в интеллектуальную игру со смыслами: *Одна ошибка, и пачка может превратиться в контактный зоопарк. В инвестициях без поддержки профи тоже можно больно ужалиться; В инвестициях без поддержки профи тоже быстро запахнет жареным; Сергей, чтобы котировки не кусались, действуйте с профессионалами; В океане инвестиций без поддержки профи тоже ловить нечего; Ох, жуужжат мои инвестиции*. Созданию игрового характера коммуникации способствует использование многозначных слов, реализующих в тексте одновременно несколько значений, одно из которых связано с представленной областью деятельности: *Сергей, помним про баланс; связка с профи работает*. Описанные игровые приемы встречаются как в речи рекламного персонажа (адресата), так и в речи представителя банка (адресанта), что создает эффект «отзеркаливания» и подчеркивает стремление банка быть ближе к своему потребителю, лучше понимать его проблемы, говорить с ним на одном языке. Объединению адресата и адресанта в одну команду способствует использование форм глагола со значением «совместной деятельности»: *Не падаем духом, Сергей!; Поднимаемся в связке, Сергей!; помним про баланс*. Кроме того, идентификации потребителя служат разговорные синтаксические конструкции. В текстах представлены предложения с обращениями, герой называется по имени, что создает ощущение доверительности (*Сергей, помним про баланс; Сергей, чтобы котировки не кусались, действуйте с профессионалами*), однако используется официальное имя, а не его разговорный вариант, коммуникация выстраивается в режиме «вы-общения». Используются разные виды односоставных предложений: обобщенно-личные (*Если не знаешь рыбные места, уху будешь из консервов варить*), безличные с модальным



значением (*В инвестициях баланс без гуру тоже не удержат; В инвестициях без поддержки профи тоже можно больно ужалиться; В океане инвестиций без поддержки профи тоже ловить нечего*), определенно-личные (*Даем установку на положительный баланс; Сергей, чтобы котировки не кусались, действуйте с профессионалами!*). За счет использования перечисленных языковых средств создается иллюзия дружеского разговора более знающего товарища с начинающим и менее опытным в своем деле человеком. Тональность доброжелательности и дружеской заботы создают образ-характеристику адресантного типа.

Ориентация на представителей малого и среднего бизнеса, стремящихся к профессиональному росту и развитию своего дела, определила специфику организации рекламных роликов, содержащих много приемов создания языковой игры, разноуровневых языковых единиц, характерных разговорной речи, элементов, свойственных спонтанной речи. Подобное языковое оформление рекламного текста полностью соответствует рекламной концепции кампании «Работают профессионалы».

В рекламной кампании «**Всё получится**» потребитель услуг – широкая целевая аудитория. В текстах разными способами и средствами подчеркиваются возможности адресата. Соответственно, в рекламе формируется образ-функция адресантного типа. Текст начинается описанием проблемной ситуации или диалогом с потребителем, а заканчивается призывом к действию – сотрудничеству с банком, поскольку в этом случае у клиента всё получится, о чем заявляет слоган рекламной кампании: *ВТБ. Всё получится.*

Рядовой, обычный характер адресата рекламной кампании подчеркивается на уровне лексики: в текстах используется нейтральная или разговорная лексика, понятная каждому потенциальному потребителю. В данных текстах практически нет языковой игры. Исключение составляет текст: *Каждой суперспособности нужны **супервозможности**. Специальная ставка по ипотеке. Ставка по ипотеке ВТБ для каждой **суперсемьи**. Действуйте, чтобы подобрать подходящие условия на ВТБ.ру. ВТБ. Всё получится,* – в котором использованы окказиональные единицы (*супервозможности, суперсемья*), построенные по очень понятной и простой модели, и оксюморон (*для каждой суперсемьи*), позволяющий сделать комплимент каждой семье – потребителю предлагаемой услуги.

В текстах преобладают императивные конструкции с глаголами в повелительном наклонении: **Подберите** уютные условия по ипотеке на ВТБ.ру; **Расплачивайтесь** картой Виза М и **получайте** кешбэк 3 % на технику за любые покупки в М.Видео; Регулярно **расплачивайтесь** мультикартой ВТБ, **копите** вознаграждения с каждой покупки и **тратьте** их на что хотите с программой лояльности от ВТБ; **действуйте**, чтобы подобрать подходящие условия на ВТБ.ру; **Есть цель, действуйте! Оформите** кредит наличными по ставке 10,9 до 5 миллионов рублей, и вперед. **Действуйте!**

**те и получите всё, о чем мечтали, с кредитом наличными от ВТБ.** Как видно из примеров, все побуждения связаны с призывом к получению прямой материальной выгоды, причем в текстах преобладают глаголы несовершенного вида, что подчеркивает повторяющийся характер действия. В редких случаях встречаются глаголы совершенного вида, указывающие на результат, который получит потребитель, воспользовавшись услугой. Подобная языковая организация текста дает конкретную инструкцию адресату, что ему нужно делать, чтобы решить проблему.

Типичность потребителя подчеркивается демонстрацией типичных ситуаций с помощью разнообразных языковых средств: вопросительных предложений (*Мечтаете о действительно большой квартире? Или у вас недавно родился еще один ребенок? Хотите оформить ипотеку без справки о доходе?*), причем чаще это определенно-личные конструкции, предполагающие в качестве субъекта собеседника; безличных конструкций с модальным значением (**В жизни часто приходится выбирать между тем, что от тебя ждут, и тем, что хочется**); назывных предложений (*Специальная ставка по ипотеке*).

Адресация текстов типичному потребителю определяет выбор языковых средств, понятных широкой целевой аудитории. Нейтральная и разговорная лексика, отсутствие языковой игры, разговорные конструкции и жесткий императив определяют бытовой характер ситуации, не заставляют думать, но обещают: *Всё получится*.

### **Выводы**

Обобщая итоги анализа трех рекламных кампаний банка ВТБ, можно утверждать, что на данный момент у организации нет единой концепции позиционирования, которую отражают все коммуникации. В поисках своих клиентов банк готовит разные предложения, это отражается в рекламной концепции, формируемом рекламном образе и выборе соответствующих им языковых средств.

### **Список литературы**

- Арутюнова Н.Д. Фактор адресата // Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. 1981. Вып. 4. Т. 40. С. 350–367.
- Бжозовска Д. Гендерная дискуссия в польских массмедиа // Медиалингвистика. 2014. Т. 1, № 4. С. 45–52. (На англ. яз.).
- Гойхман, Гончарова 2018 – Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии: учеб. пособие / под ред. О.Я. Гойхмана, Л.М. Гончаровой. М.: ИНФРА-М, 2018. 229 с.
- Ежова Е.Н., Новиков М.Н. Фрейм «образ жизни» в рекламной картине мира // Вестник Ставропольского государственного университета. 2007. № 50. С. 159–165.
- Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Эдиторал УРСС, 2019. 284 с.

- Кольшикина Т.Б., Маркова Е.В., Шустина И.В. Анализ рекламного текста. М.: Юрайт, 2020а. 305 с.
- Кольшикина Т.Б., Маркова Е.В., Шустина И.В. Проектирование и оценка рекламного образа. М.: Юрайт, 2020б. 262 с.
- Овруцкий 2004 – Анатомия рекламного образа / под общ. ред. А.В. Овруцкого. СПб.: Питер, 2004. 224 с.
- Тавокин Е.П. Основы методики социологического исследования: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2019. 239 с.
- Траут Дж., Райс Э. Позиционирование: битва за умы. СПб.: Питер, 2019. 320 с.
- Bardoel J., Deuze M. “Network journalism”: converging competences of old and new media professionals // *Australian Journalism Review*. 2001. Vol. 23, iss. 2. P. 91–103.
- Bell A. *Approaches to Media Discourse*. London, 2001. 304 p.
- Holland J.L., Gentry J.W. The Impact of Cultural Symbols on Advertising Effectiveness: A Theory of Intercultural Accomodation // *Advances in Consumer Research*. 1997. Vol. 24. P. 483–489.
- Landert D., Jucker A.H. Private and public in mass media communication: From letters to the editor to online commentaries // *Journal of Pragmatics*. 2011. Vol. 43, iss. 5. P. 1422–1434.
- Lasswell H.D. *Structure and Function of Communication in Society // The Communication of Ideas* / ed. L. Bryson. New York: The Free Press, 1948. P. 95–118.
- Rossiter J.R., Percy L. *Advertising Communication Models // Advances in Consumer Research* / eds. E.C. Hirschman, M.B. Holbrook. Provo, UT: Association for Consumer Research, 1985. Vol. 12. P. 510–524.
- Williamson J. *Decoding Advertisements. Ideology and Meaning in Advertising*. London: Marion Boyars, 1983. 256 p.
- Wright Ch. *Mass Communication. A Sociological Perspective*. New York: Random House, 1975. 179 p.

### References

- Arutyunova, N.D. (1981), Faktor adresata. *Izvestiya AN SSSR. Seriya literatury i yazyka*, Iss. 4, Vol. 40, pp. 350-367. (in Russian).
- Bardoel, J., Deuze, M. (2001), “Network journalism”: converging competences of old and new media professionals. *Australian Journalism Review*, Vol. 23, iss. 2, pp. 91-103.
- Bell, A. (2001), *Approaches to Media Discourse*, London, 304 p.
- Brzozowska, D. (2014), Discussion on gender in Polish mass media. *Medialingvistika*, Vol. 1, no. 4, pp. 45-52.
- Ezhova, E.N., Novikov, M.N. (2007), Freim “obraz zhizni” v reklamnoi kartine mira. *Vestnik Stavropol'skogo gosudarstvennogo universiteta*, No. 50, pp. 159-165. (in Russian).
- Goikhman, O.Ya., Goncharova, L.M. (eds.) (2018), *Biznes-kommunikatsii v servise: dokumentatsionnye, rechevye, imidzhevye i reklamnye tekhnologii*, teaching aids, Moscow, INFRA-M publ., 229 p. (in Russian).
- Holland, J.L., Gentry, J.W. (1997), The Impact of Cultural Symbols on Advertising Effectiveness: A Theory of Intercultural Accomodation. *Advances in Consumer Research*, Vol. 24, pp. 483-489.

- Issers, O.S. (2019), *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi*, Moscow, Editorial URSS publ., 284 p. (in Russian).
- Kolyshkina, T.B., Markova, E.V., Shustina, I.V. (2020a), *Analiz reklamnogo teksta*, Moscow, Yurait publ., 305 p. (in Russian).
- Kolyshkina, T.B., Markova, E.V., Shustina, I.V. (2020b), *Proektirovanie i otsenka reklamnogo obraza*, Moscow, Yurait publ., 262 p. (in Russian).
- Landert, D., Jucker, A.H. (2011), Private and public in mass media communication: From letters to the editor to online commentaries. *Journal of Pragmatics*, Vol. 43, iss. 5, pp. 1422-1434.
- Lasswell, H.D. (1948), Structure and Function of Communication in Society. Bryson, L. (ed.) *The Communication of Ideas*, New York, The Free Press, pp. 95-118.
- Ovrutskii, A.V. (ed.) (2004), *Anatomiya reklamnogo obraza*, St. Peterburg, Piter publ., 224 p. (in Russian).
- Rossiter, J.R., Percy, L. (1985), Advertising Communication Models. Hirschman, E.C., Holbrook, M.B. (eds.) *Advances in Consumer Research*, Vol. 12, Provo, UT, Association for Consumer Research publ., pp. 510-524.
- Tavokin, E.P. (2019), *Osnovy metodiki sotsiologicheskogo issledovaniya*, teaching aids, Moscow, INFRA-M publ., 239 p. (in Russian).
- Trouts, J., Ries, A. (2019), *Positioning: The Battle for Your Mind*, St. Peterburg, Piter publ., 320 p. (in Russian).
- Williamson, J. (1983), *Decoding Advertisements. Ideology and Meaning in Advertising*, London, Marion Boyars publ., 256 p.
- Wright, Ch. (1975), *Mass Communication. A Sociological Perspective*, New York, Random House publ., 179 p.

---

## LINGUISTIC MEANS OF CREATING AN IMAGE AS A REFLECTION OF THE CONCEPT OF AN ADVERTISING CAMPAIGN

T.B. Kolyshkina<sup>1</sup>, I.V. Shustina<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Yaroslavl Branch of the Financial University

under the Government of the Russian Federation (Yaroslavl, Russia)

**Abstract:** The problem of market positioning is one of the most important areas of the organization's communication policy. Often this position is conveyed to the consumer through the advertising image, which is formed by various means and is caused by the advertising conception. However, the authors hypothesize that the advertising concept determines the choice of linguistic means and forms the type of advertising image. The material for the study was the advertising of VTB Bank. The study involved two stages. The content analysis method used at the first stage allowed the authors to give a detailed description of the semantic space of the bank advertising, and to establish the frequency type of the advertising image for each advertising campaign based on the "Type-Image" model. Since an advertising product allows you to consciously form an idea of a product or service and present it to the consumer in the form of understandable ready-made images, the next stage was the analysis of the linguistic units that implement these images. This analysis allows the authors to identify linguistic means

that reflect the advertising concept and create an image that is close to the consumers and will be accepted by them. The article describes in detail the linguistic means of various levels. The patterns revealed during the analysis indicate that the choice of linguistic means that create an advertising image directly depends on the concept of the advertising campaign and the characteristics of the target audience. The very different, often contradictory images created in the bank's advertising indicate that at the moment the company whose advertising materials were analyzed in the study does not follow any particular positioning concept, but works in different directions to find new areas and new consumers.

**Key words:** linguistic means, an image, the advertising conception, content analysis.

**For citation:**

Kolyshkina, T.B., Shustina, I.V. (2022), Linguistic means of creating an image as a reflection of the concept of an advertising campaign. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 9, no. 2, pp. 287-297. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).287-297. (in Russian).

**About the authors:**

<sup>1</sup> **Kolyshkina, Tatiana Borisovna**, PhD, Associate Professor of the Department of State and Municipal Administration and Media Communications

ORCID: 0000-0002-3859-767X

<sup>2</sup> **Shustina, Irina Viktorovna**, PhD, Associate Professor of the Department of State and Municipal Administration and Media Communications

ORCID: 0000-0002-2131-9702

**Corresponding authors:**

<sup>1,2</sup> Postal address: 12a, Kooperativnaya ul., Yaroslavl, 150003, Russia

<sup>1</sup> E-mail: ktb-10@mail.ru

<sup>2</sup> E-mail: shustina-irina@rambler.ru

**Received:** November 12, 2021

**Revised:** December 13, 2021

**Accepted:** March 24, 2022

## МЕТАФОРЫ СФЕРЫ-МИШЕНИ ‘ЭКОНОМИКА’ В ДИСКУРСЕ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ МЕДИА

**О.П. Матиенко**

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

**Аннотация:** На материале массмедийного дискурса экономической тематики выявляются метафоры сферы-мишени ‘экономика’. Современные публицистические тексты, в том числе посвященные проблемам экономики, отличаются активным использованием самых разнообразных выразительных средств, не исключая метафорических. В связи с этим возникает потребность последовательной инвентаризации и детального описания актуальных метафорических моделей с учетом специфики их функционирования в различных видах дискурса. Обращение к экономическому дискурсу связано с особым положением, которое занимает экономическая часть культуры, и с ее особой значимостью в современных мировых процессах. В текстах СМИ, посвященных экономической тематике, активно используются различные типы метафор: антропоморфные, натурморфные, социоморфные, артефактные и др. Целью работы является определение наиболее частотных метафорических моделей, использующихся для репрезентации понятия «экономика». Такие признаки, как частотность, деривационная активность, способность метафоры выступать в заголовках медийных текстов, текстогенность, позволяют считать ее ключевой, или «метафорой текущего момента». Среди метафор с лексемой *экономика* ключевыми можно считать метафору роста, которая относится как к антропоморфным, так и натурморфным моделям, а также метафору болезни. Среди социоморфных моделей в число базовых вошла метафора войны, среди артефактных – метафора тормозящего, буксующего транспортного средства.

**Ключевые слова:** метафорическая модель, массмедийный дискурс, экономика, сфера-мишень, «метафора текущего момента».

**Для цитирования:**

*Матиенко О.П.* Метафоры сферы-мишени ‘экономика’ в дискурсе современных российских медиа // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 298–312. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).298-312.

**Сведения об авторе:**

**Матиенко Олеся Петровна**, аспирант

**Контактная информация:**

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

E-mail: matienko\_o@mail.ru

**Дата поступления статьи:** 22.10.2021

**Дата рецензирования:** 29.11.2021

**Дата принятия в печать:** 24.03.2022

**Введение**

Язык как предмет изучения лингвистики неразрывно связан с обществом, его социально-экономическим состоянием и развитием. Эта идея достаточно четко сформулирована в рамках критического дискурс-анализа, предметом изучения которого является использование языка в социальном взаимодействии [Йоргенсен, Филлипс 2008: 111]. Такие сферы, как экономика и рыночные отношения, демократия и политика, педагогика, массовая коммуникация и др., являются частью дискурса [Йоргенсен, Филлипс 2008: 136]. Когнитивная специфика дискурса состоит в том, что именно в структуре дискурса репрезентируются системы базовых, доминантных для этого типа дискурса ментальных единиц – концептов, концептуальных и метафорических моделей, когнитивных метафор. Названные ментальные единицы могут быть объектами когнитивно-дискурсивного анализа медийной картины мира или ее фрагментов [Малышева 2008: 78]. Исследование теории концептуальной метафоры и описание конкретных метафорических моделей в рамках различных дискурсов (политического, экономического, религиозного, бытового и др.) – одно из наиболее перспективных направлений в современной когнитивной лингвистике (см.: [Лакофф, Джонсон 2004; Lakoff 1993; Баранов, Караулов 1994; Чудинов 2001, 2003; Шейгал 2000] и др.).

Развивая когнитивную теорию метафоры, Э. МакКормак определяет метафору как процесс познания, включающий взаимодействие между индивидом и его окружением [Massogmas 1971: 149].

По Дж. Лакоффу, метафора – это «когнитивный инструмент для понимания абстрактных понятий и абстрактного мышления» [Lakoff 1993: 244]. Термином «концептуальная метафора» Дж. Лакофф именуется ментальные проекции между концептуальными областями источника и цели [Lakoff, Johnson 1999: 58].

В рамках теории концептуальной метафоры метафоризация рассматривается как процесс взаимодействия между структурами знаний (фреймами и сценариями) двух концептуальных доменов – сферы-источника (source domain) и сферы-мишени (target domain) [Будаев, Чудинов 2006: 42]. Углубляя представление о сущности когнитивной метафоры, А.Н. Баранов (см. предисловие редактора к русскому изданию книги Дж. Лакоф-

фа и М. Джонсона «Метафоры, которыми мы живем»), вслед за А. Ченки, М. Блэком и др. [Ченки 2002; Black 1962], отмечает двухкомпонентность ее структуры. В основе метафоризации лежит взаимодействие двух структур знаний – когнитивной структуры «источника» и когнитивной структуры «цели» [Лакофф, Джонсон 2004: 9].

В отличие от «инвентаризации» метафор с позиций сфер-источников, мы считаем, что сферы-мишени более информативны в плане интерпретации медийного текста, поскольку, с одной стороны, метафоры отражают и номинируют реалии сферы экономики, с другой – выражают отношение к экономическим событиям со стороны социума, т. е. выполняют функцию оценивания.

Выявление специфики метафорического моделирования в массмедийном дискурсивном пространстве одного из основных фрагментов языковой картины мира современного человека – экономического – заслуживает пристального анализа.

В первые десятилетия XXI в. экономическая метафора стала актуальным предметом лингвистических исследований (см.: [Колотнина 2001; Бородулина 2002, 2007; Махницкая 2003; Кланцакова 2003; Синеева 2007; Шереметьева 2009; Воякина 2011; White 2003; Skorczynska 2012] и др.).

При анализе дискурсивных практик СМИ за лингвистическими феноменами обнаруживаются структуры знания, предлагаемые либо навязываемые массовому адресату. Это обуславливает необходимость дальнейшего изучения закономерностей метафорического моделирования в современном экономическом дискурсе, выявления приемов формирования «экономического» фрагмента картины мира носителей языка. Сдвиги в экономической жизни и общественном сознании россиян, произошедшие за последние десятилетия, находят отражение в экономических метафорах «текущего момента».

В центре исследования – экономические метафоры современного российского медиадискурса, сферой-мишенью которых является «экономика». Под медиадискурсом в работе будем понимать «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [Добросклонская 2006: 22].

### **Материалы и методы исследования**

Материалом для анализа послужили посвященные экономическим проблемам тексты, опубликованные в современных издаваемых на русском языке периодических изданиях, адресованных в первую очередь не специалистам, а массовому читателю, в том числе проявляющему особый интерес к проблемам текущей экономической деятельности («Российская газета», «Комсомольская правда», «Коммерсантъ», РБК и др.). Объем ма-



териала составил более 600 единиц (фрагменты высказываний, содержащие метафорические обозначения).

Методология исследования сложилась под воздействием теории метафорического моделирования, а также теории медиалингвистики и медиадискурса. В качестве ведущих методов в исследовании применяются когнитивно-дискурсивный анализ, метод концептуального анализа метафорических когнитивных моделей, методы компонентного анализа лексики (для выявления лексико-семантических инвариантов и семантических компонентов значения).

### Результаты и обсуждение

В медийном экономическом дискурсе реализуются основные типы метафорических моделей, выделенные А.П. Чудиновым: антропоморфная метафора, натурморфная метафора, социоморфная и артефактная [Чудинов 2003: 77–78]. При этом частотность использования того или иного типа обусловлена рядом факторов, в частности природой феномена, который участвует в процессе метафоризации в качестве сферы-мишени, прагматическими задачами медийного текста и позицией автора.

Как свидетельствует анализ материала, наиболее частотными метафорическими моделями, характеризующими состояние российской экономики, являются антропоморфная и социоморфная модели, взаимосвязь которых обусловлена спецификой человека как биологического и социального существа.

Свойства любого организма, в том числе и человеческого (питание, дыхание, выделение, обмен веществ, рост и развитие, движение, раздражимость (чувствительность, возбудимость), размножение, смерть и др.), выступают в качестве источников создания метафорических контекстов.

Употребление метафорических моделей со сферой-источником 'человек' для обозначения феномена *экономика* можно объяснить антропоцентрическим подходом, который доминирует в сфере экономических знаний.

Биологическую сущность человека отражают метафорические контексты с лексемами *жить, расти, развиваться, дышать, есть* и др. Ср. контексты:

• *Но российская экономика живет по собственным законам* (<https://mk.ru/economics/2017/06/29...rossiyskoy-ekonomiki...> 29.06.2017).

• *Почему российская экономика растет так медленно. И что ей нужно, чтобы расти быстрее* (<https://www.vedomosti.ru...articles...rossiyskaya-ekonomika...> 16.07.2020).

• *Нам казалось, что вот-вот – и цена на нефть будет расти, и курс доллара, экономика каким-то необъяснимым способом начнет дышать, денег в нашем кармане станет как-то больше* (<http://mk.ru/blogs/posts/eto...krizis-rebyata-eto-drugaya...> 15.01.2016).

• *Российская экономика буквально проедает себя, согласен председатель экспертного совета «ОПОРА России» Никита Кричевский* (<http://rudocs.exdat.com/docs/index-245796.html> 12.08.2011).

Из данных контекстов следует, что экономика «живет», «растет», «развивается», «дышит», «ест», т. е. проявляет все признаки живого организма, в том числе и человеческого.

Следует отметить, что метафора еды (*Российская экономика буквально проедает себя...*) отличается особой экспрессией (ср. *жить, расти*) и потому в медиатекстах имеет воздействующий оценочный потенциал. В семантической структуре глагола *проедать* есть значение, связанное с представлением о трате денег на еду: *проесть / проедать* – «истратить на еду (разг.). П. все деньги» [Кузнецов 1998]. Но российская экономика проедает не деньги, а себя. Создается образ проедающей / поедающей себя экономики. Метафора *проедать себя* имеет отрицательные коннотации. Возникают ассоциации с явлением аутофагии, что также способствует созданию негативной оценки данного процесса.

В текстах СМИ посредством метафор создается образ российской экономики, наделенный личностными качествами, присущими человеку:

• *Экономика прирастает оптимизмом* (<https://www.kommersant.ru/doc/3397938> 01.10.2019).

• *Экономика проявила скромность* (<https://www.kommersant.ru/doc/3409236> 13.09.2017).

Закономерно, что в медийном тексте употребление лексем *оптимизм* и *скромность* не нейтрально – оно придает иронический смысл высказываниям: вместо того, чтобы «прирастать» показателями экономического роста, экономика «прирастает оптимизмом», а «скромность экономики» проявляется в отсутствии успехов в развитии. Ирония, в свою очередь, является средством создания отрицательной оценки сложившейся экономической ситуации.

Поведенческие характеристики экономики как «субъекта» также представлены в медийных контекстах:

• *«Если экономика будет вести себя хорошо, будут высокие темпы экономического роста, то это значит, что у предпринимателей будут высокие доходы...»*, – добавил Шувалов (<https://lenta.ru/news/msalumni/> 31.10.2014).

Экономика, подобно человеку, способна *работать, адаптироваться к различным условиям, реагировать на внешние факторы, испытывать проблемы, справляться с трудностями, добиваться успехов, идти, топтаться на месте, плавать, ждать, нуждаться в опыте, знаниях и деньгах, находить решение в сложных ситуациях, выходить на пенсию* и т. п.

Большинство метафор создают далекий от позитивного образ российской экономики: на внешние негативные факторы она реагирует со-

кращением темпов роста или заработной платы, экономика либо топчется на месте, либо уверенно идет к кризису, нуждается в деньгах и опыте, пытается оттолкнуться от дна и ищет спасение.

Одной из наиболее актуальных в массмедийном дискурсе является морбиальная метафорическая модель, поскольку «болевые точки» социально-экономической жизни страны входят в сферу интересов массовой аудитории и тем самым стимулируют внимание к ним СМИ. Состояние здоровья российской экономики вызывает тревогу:

- *Эксперт отметил, что **российская экономика находится в крайне тяжелом состоянии*** (<https://newdaynews.ru/moscow/710413.html> 03.12.2020).

Слабый «иммунитет» российской экономики делает ее подверженной различным заболеваниям:

- *Ранее глава ЦБ Эльвира Нибууллина объяснила, почему **экономика России не может выработать абсолютный иммунитет** к внешним шокам* (<https://gazeta.ru/business/news/12062461.shtml> 20.09.2018).

Следующие контексты позволяют проследить «течение болезни» российской экономики от «постановки диагноза» до «стадии выздоровления». Диагнозами экономики России, как правило, являются *инфляционный шок, инфаркт, наркотическая зависимость*:

- *В Кремле **российской экономике поставили диагноз «инфаркт»*** <...> *По его словам, сразу после того, как рубль был отпущен в свободное плавание, **Россия** получила девальвационный скачок и **инфляционный шок**, от которого **экономика** до сих пор не может оправиться* (<https://lenta.ru/news/glaziev/> 22.11.2016).

Как свидетельствует анализ материала, на сегодняшний день метафора «нефтяной / нефтегазовой иглы» остается достаточно частотной в медийных текстах:

- *Россия **начинает слезать с нефтегазовой иглы**, отметил президент Владимир Путин во время большой пресс-конференции. Если кто-то хочет представлять страну **«бензоколонкой»**, это уже не так, подчеркнул российский лидер* (<https://lenta.ru/news/igla/> 17.12.2020).

Частое использование данной метафоры обусловлено вниманием со стороны российского правительства, а также различных ведомств и бизнеса к проблеме зависимости российской экономики от объемов добычи нефти и ее цены.

Для осмысления следствий, которые вытекают из метафорического моделирования, актуальны метафоры, содержащие медицинские прогнозы. Большинство из них не отличается оптимизмом:

- *В то же время эти два года **отечественная экономика будет терять силы** и выйдет на новые рубежи уже **обескровленной*** (<https://lenta.ru/articles/nabi4percents/> 20.10.2015).

• Если они примерно на одном уровне, можно считать, что **экономика продолжает болеть** (<https://lenta.ru/articles/kogan/09.02.2015>).

Улучшение состояния здоровья российской экономики фиксируется в следующих метафорических контекстах:

• Для смягчения риторики регулятора есть все основания, полагает Ярослав Лисоволик: «Рубль сильно укрепился, **экономика чувствует себя лучше**, и не остается сомнений в том, что целевой уровень инфляции в 4 % будет достигнут...» (<https://mk.ru...predskazali-ostorozhnoe...cb.html> 23.03.2017).

• **Экономика** выползла на плато и **медленно восстанавливается** (<https://lenta.ru/articles/ageofrise/06.02.2017>).

Экономические метафоры сферы-источника 'болезнь, медицина' репрезентируют представления о российской экономике как человеческом организме, который подвержен заболеваниям и которому необходимо лечение.

Актуальной для характеристики экономического развития традиционно является метафора роста. Как любой живой организм, экономика способна расти и развиваться. Надо отметить, что данная метафорическая модель регулярно используется в экономическом дискурсе.

Так как процесс роста присущ всем живым организмам, будет уместным рассмотреть метафорические обозначения с лексемами *расти* и *рост* в составе натурморфных моделей. Анализ материала показал, что лексема *рост* употребляется в контекстах, связанных с проблемами роста цен, тарифов, стоимости жизни, кредитов, налогов, долговой нагрузки, ВВП, экономики и др. Для понимания тенденции освещения экономической тематики в российских медиа важно отметить, что среди 150 употреблений метафоры *рост* более 30 % приходятся на контексты, отражающие негативные процессы в российской экономике, связанные с ростом стоимости жизни, повышением цен на бензин, продукты, услуги ЖКХ, увеличением суммы налогов:

• Но, учитывая уровень инфляции и **рост налогов**, россияне не почувствуют прибавления жалования, подсчитали в Высшей школе экономики (<https://kommersant.ru/doc/3844168> 29.12.2018).

• Почему **рост цен на топливо** грозит **подорожанием продуктов**, читайте в публикации "Ъ" «Жиры, белки, углеводороды» (<https://kommersant.ru/doc/3835741> 19.12.2018).

Существенно, что метафорические обозначения с положительными коннотациями (*рост минимальных зарплат, рост зарплаты бюджетников, экономический рост, рост ВВП* и др.) в медийных контекстах также приобретают отрицательные смыслы: рост этот незначительный, нестабильный, российская экономика не может дотянуться до среднемировых показателей. Например, *рост ВВП* называется «скромным», далеким от показателей других стран:

• *Хотя рост ВВП составил весьма скромные 1,5 %* (<https://mk.ru...krizis2019...i-otkuda...udarov.html> 23.12.2018).

**Экономический рост** определяется как «неустойчивый», «низкокачественный», «медленный»:

• *Мы получили экономический рост низкого качества, и к тому же крайне неустойчивый* (<https://mk.ru...prognoz...luchshikh...dokhody.html> 19.12.2017).

Процесс развития российской экономики находит репрезентации в метафорах артефактных моделей, как правило, связанных со сферой-источником 'транспорт', – а если точнее, то в метафорах, отражающих нарушение в движении транспортного средства: *буксует, тормозит* и др. Выбор данных лексем обусловлен задачей – показать ту ситуацию, которая сложилась в экономике, в частности отсутствие какого-либо движения, т. е. экономического развития.

• **Экономика России буксует около нуля** ([http://www.ng.ru/economics/1\\_7066\\_zero.html](http://www.ng.ru/economics/1_7066_zero.html) 05.09.2017).

• *Мировая экономика вползает в новую волну кризиса, российская экономика тормозит, и к концу года расти перестанет* (<http://ria.ru/753655122.html> 18.09.2012).

Автомобиль с дефектами от производителя, перегретым двигателем и вытекающим бензином, который периодически буксует, тормозит, останавливается, – вот популярный метафорический образ отечественной экономики в российских СМИ:

• *По словам г-на Белоусова, в 2008 году российская экономика подошла к кризису «перегретой», поэтому получила сразу двойной шок* (<http://csef.ru...gotova-k-novomu-krizisu-huzhe...2008-godu...> 02.05.2012).

• *К тому же у автомобиля под названием «российская экономика» наряду с уже упомянутыми встроенными дефектами постоянно вытекает бензин* (<http://iz.ru> «Новости» 549256 23.04.2013).

Отсутствие экономического развития сравнивается с движением «на автопилоте», т. е. «непроизвольно, машинально, не задумываясь» [Кузнецов 1998]:

• *С этим трудно не согласиться, но есть один вопрос: а что, все это время российская экономика стояла на автопилоте?* (<http://m.lenta.ru/articles/weekendnews/7/> 20.12.2014) – данный вопрос обращен к тем, кто должен обеспечивать рост экономики в стране.

Исходя из наблюдаемых контекстов, маловероятным для российской экономики представляется образ взлетающего авиалайнера – *взлеты, рывки, маневры* ей не под силу:

• *Логика оппонентов Эльвиры Набиуллиной такова: нашей экономике для необходимого рывка нужны дешевые кредиты* (<http://mk.ru/economics/kazus-nabiullinoy...chem...> 22.11.2019).

- *Пошла бы в рост экономика, взлетев процентов на триста* (<http://novayagazeta.ru/articles/...iz-liriki...leta> 01.07.2018).

- *Однако некоторые парламентарии считают, что **российская экономика** не готова к таким резким **маневрам** в денежной политике* (<http://iz.ru>»Новости»570330 06.05.2014).

Еще одна традиционная сфера-источник артефактных моделей – это ‘здание, строение’. Вообще-то, у этой модели традиционной считается семантика созидания. Однако, как показывает материал, в медийных текстах, посвященных ситуации в российской экономике, актуализируется семантика неустойчивости строения:

- ***Российская экономика** сейчас напоминает **дом**, неожиданно для его архитекторов очутившийся в **сейсмоопасной зоне*** (<http://lenta.ru>»columns/kudrin\_dam/ 20.09.2016).

- *По сути, не секрет, что **экономика** в регионах **начала уже сыпаться*** (<https://www.pravda.ru/politics/1482777-2020vse/> 23.03.2020).

- ***Стоимость жизни** растет, а **экономика** по-прежнему лежит в **руинах*** (<http://lenta.ru>»articles/haiti/ 21.01.2015).

В современных текстах СМИ экономика России преимущественно осмысляется в метафорических образах неустойчивого, шатающегося либо рухнувшего здания.

Тревожная ситуация в российской экономике обозначена рядом социоморфных метафор, сферой-источником которых является ‘война’. При этом в числе базовых – *экономическая война*. По данным Газетного корпуса Национального корпуса русского языка (<https://ruscorpora.ru/new/search-paper.html>), за период с 2008 по 2019 г. данная метафора имеет 17 вхождений:

- *Это просто **экономическая война** еще в квадрате* (<https://gazeta.ru>»business/news/n\_7779869.shtml 16.10.2015).

- *Это будет **экономическая война**, это будут экономические меры* (<https://lenta.ru>»news/may\_russia/ 14.03.2018).

Милитарная метафора, одна из наиболее продуктивных в политической сфере, используется и в экономическом медийном дискурсе. Представления о военных, насильственных действиях находят отражение в метафорических контекстах с лексемами *удар, нападки, война*:

- *Банк России нанес **удар по экономике**, когда отправил свою ключевую ставку на заоблачную* (<https://lenta.ru>»articles/mirkin/ 23.01.2015).

- ***Экономические войны** прошедшей недели* (<https://news-front.info/ekonomicheskie-voyny-proshedshej-nedeli/> 10.08.2020).

- *Экономист Зубец высказался о **нападках** Запада на российско-белорусский проект БелАЭС* (<https://news-front.info/ekonomist-zubecz-vyskazalsya-o-napadkah-zapada-na-rossijsko-belorusskij-proekt-belaes/> 09.11.2020).

• *Третья мировая война: ядерная или экономическая?* (<https://finance.rambler.ru> Экономика 16.04.2018).

Еще одним источником метафорического моделирования стала сфера 'игра'. Экономика концептуально репрезентируется через лексику, метафорически представляющую экономическую действительность как игру, что проявляется в употреблении лексем *выиграть*, *проигрывать* и др.:

• *В этой связи экономика России выигрывает лишь от притока трудовых мигрантов, которые восполняют недостающие пробелы в некоторых отраслях нашей экономики, в том числе медицине* (<https://iz.ru> Новости 571692 30.05.2014).

• *Если огромные запасы евро обесценятся, и ЦБ, и экономика страны в целом окажутся в проигрыше* (<https://lenta.ru> articles/2015/01/21/shock/21.01.2015).

Метафорические единицы игровой модели, как и другие, рассмотренные выше, употребляются для негативной оценки российской экономики. По данным Газетного корпуса Национального корпуса русского языка, лексема *экономика* имеет 15 259 «вхождений», разумеется, не все контексты являются метафорическими. Среди метафор со словом «экономика» ключевыми можно считать метафоры роста. Они являются наиболее частотными: метафора «рост экономики» зафиксирована в 1 218 контекстах. Общее количество метафор, связанных с экономическим ростом, составляет 3 970 единиц, т. е. 26 % общего числа употреблений слова «экономика» – это метафоры роста, причем рост характеризуется как *медленный*, *скромный*, *неустойчивый* и т. п. Метафоры болезни составили 71 единицу, т. е. 0,47 % общего числа употреблений слова «экономика». Метафорическая модель «экономика – война» представлена в 85 контекстах, что составляет 0,56 % общего числа употреблений. Среди артефактных моделей наиболее частотной является модель «экономика – транспорт», где ключевой можно назвать метафору тормозящего, буксующего транспортного средства. Модель «экономика – транспорт» представлена 136 примерами, что составило 0,89 % общего числа контекстов с данной лексемой. Низкий процент частотности употреблений метафорических контекстов, в основе которых лежат сферы-источники 'война' и 'болезнь', дает основания утверждать, что СМИ не стремятся формировать в общественном сознании представления, связанные с болезнью российской экономикой, экономическими войнами и т. п.

### **Заключение**

Таким образом, репрезентация понятия *экономика* в экономическом медийном дискурсе осуществляется набором следующих метафорических моделей. Во-первых, антропоморфных, отражающих биологическую сущ-

ность человека, его способность расти, развиваться, совершать определенные действия. Здесь наиболее актуальными стали метафоры роста (данный тип метафор можно отнести и к натурморфным моделям) и болезни. Во-вторых, нашли реализацию социоморфные модели со сферами-источниками 'игра' и 'война'. Процесс стагнации в экономике отразился в артефактных метафорах, сферой-источником которых стал 'транспорт', причем ключевой здесь можно назвать метафору тормозящего, буксующего транспортного средства. Также следует отметить, что экономические метафоры в текстах СМИ не только участвуют в репрезентации экономических реалий, но и, придавая образно-экспрессивную окраску публикациям на экономическую тематику, являются инструментом политической пропаганды, предлагая либо навязывая массовому сознанию определенные стереотипы.

### **Список литературы**

- Баранов А.Н., Караулов Ю.Н.* Словарь русских политических метафор. М.: Помовский и партнеры, 1994. 330 с.
- Бородулина Н.Ю.* Метафорическая репрезентация экономических понятий как объект семиотического анализа: моногр. Тамбов: Грамота, 2007. 184 с.
- Бородулина Н.Ю.* Метафорические модели языковой репрезентации экономических понятий: на материале русского и французского языков: дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2002. 220 с.
- Будаев Э.В., Чудинов А.П.* Метафора в политическом интердискурсе: моногр. Екатеринбург: Ур. гос. пед. ун-т, 2006. 208 с.
- Воякина Е.Ю.* Ономастическая метафора в экономическом дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2011. 263 с.
- Добросклонская Т.Г.* Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2006. № 2. С. 20–33.
- Йоргенсен М.В., Филлипс Л.* Дискурс анализ. Теория и метод. Харьков: Гуманитарный центр, 2008. 350 с.
- Кланицакова А.Ю.* Метафора в структуре экономического дискурса: опыт комплексного исследования: на материале английского языка: дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2003. 181 с.
- Колотнина Е.В.* Метафорическое моделирование действительности в русском и английском экономическом дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2001. 246 с.
- Кузнецов 1998* – Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 1998. 1534 с.
- Лакофф Дж., Джонсон М.* Метафоры, которыми мы живем: пер. с англ. / под ред. и с предисл. А.Н. Баранова. М.: Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
- Мальшева Е.Г.* Концептуальная доминанта дискурса и ее репрезентация в формально-функциональном тезаурусе (на примере концепта 'Победа' в журналистском спортивном дискурсе) // Вестник Омского университета. 2008. № 2. С. 77–88.



- Махницкая Е.Ю. Метафора в современном экономическом дискурсе и принципы ее лексикографического описания: дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д., 2003. 191 с.
- Синева Т.А. Когнитивные модели экономической метафоры во французском медийном дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2007. 186 с.
- Ченки А. Семантика в когнитивной лингвистике // Современная американская лингвистика: Фундаментальные направления / под ред. А.А. Кибрика, И.М. Кобозевой, И.А. Секериной. 2-е изд., испр. и доп. М.: Эдиториал УРСС, 2002. С. 340–369.
- Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург, 2003. 248 с.
- Чудинов А.П. Спортивная метафора в современном российском политическом дискурсе // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2001. № 2. С. 26–31.
- Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Волгоград: Перемена, 2000. 368 с.
- Шереметьева А.А. Метафоры немецкого экономического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2009. 17 с.
- Black M. Metaphor // *Models and Metaphors*. Studies in Language and Philosophy. Ithaca; London: Cornell University Press, 1962. P. 25–47.
- Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor // *Metaphor and Thought* / ed. A. Ortony. 2nd ed. Cambridge (Mass.), 1993. P. 202–251.
- Lakoff G., Johnson M. *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*. New York, NY: Basic Books, 1999. 624 p.
- Maccormac E. Meaning Variance and Metaphor // *British Journal for the Philosophy of Science*. 1971. No. 22. P. 145–159.
- Skorczynska H. Metaphor and knowledge specialization in business management. The case of project management discourse // *Metaphors and mills. Figurative language in business and economics* / Eds. H. Herrera-Soler, M. White. Berlin: De Gruyter Mouton, 2012. P. 265–290.
- White M. Metaphors and economics. The case of growth // *English for specific purposes*. 2003. Vol. 22, iss. 2. P. 131–151.

### References

- Baranov, A.N., Karaulov, Yu.N. (1994), *Dictionary of Russian political metaphors*, Moscow, Pomovskii i partnery publ., 330 p. (in Russian).
- Black M. (1962), *Metaphor. Models and Metaphors*. Studies in Language and Philosophy, Ithaca, London, Cornell University Press, pp. 25–47.
- Borodulina, N.Yu. (2007), *Metaforicheskaya reprezentatsiya ekonomicheskikh ponyatii kak obyekt semioticheskogo analiza*, Monograph, Tambov, Gramota publ., 184 p. (in Russian).
- Borodulina, N.Yu. (2002), *Metaforicheskie modeli yazykovoi reprezentatsii ekonomicheskikh ponyatii: na materiale russkogo i frantsusskogo yazykov*, PhD Thesis, Tambov, 220 p. (in Russian).
- Budaev, E.V., Chudinov, A.P. (2006), *Metafora v politicheskom interdiskurse* [Metaphor in political interdiscourse], Monograph, Yekaterinburg, 208 p. (in Russian).

- Chenki, A. (2002), Semantika v kognitivnoi lingvistike. Kibrik, A.A., Kobozeva, I.M., Se-kerinaya, I.A. (eds.) *Sovremennaya amerikanskaya lingvistika: Fundamental'nye napravleniya*, 2nd ed., Moscow, Editorial URSS publ., pp. 340-369. (in Russian).
- Chudinov, A.P. (2003), *Metaforicheskaya mozaika v sovremennoi politicheskoi kommunikatsii* [Metaphorical mosaic in modern political communication], Yekaterinburg, 248 p. (in Russian).
- Dobrosklonskaya, T.G. (2006), Mediadiskurs kak obyekt lingvistiki i mezhkul'turnoi kommunikatsii. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, No. 5, pp. 20-33. (in Russian).
- Jorgensen, M., Phillips, L. (2008), *Discourse Analysis as Theory and Method*, London, Thousand Oaks, New Delhi, SAGE publ., ix + 229 p.
- Klanshchakova, A.Yu. (2003), *Metafora v strukture ekonomicheskogo diskursa: opyt kompleksnogo issledovaniya: na materiale angliiskogo yazyka*, PhD Thesis, Irkutsk, 181 p. (in Russian).
- Kolotnina, E.V. (2001), *Metaforicheskoe modelirovanie deistvitel'nosti v russkom i angliiskom ekonomicheskom diskurse*, PhD Thesis, Yekaterinburg, 246 p. (in Russian).
- Kuznetsov, S.A. (ed.) (1998), *Large explanatory dictionary of the Russian language*, St. Petersburg, Norint publ., 1534 p. (in Russian).
- Lakoff, G. (1993), The Contemporary Theory of Metaphor. Ortony, A. (ed.) *Metaphor and Thought*, 2nd ed., Cambridge (Mass.), pp. 202-251.
- Lakoff, G., Johnson, M. (2004), *Metaphors We Live By*, Moscow, Editorial URSS publ., 256 p. (in Russian).
- Lakoff G., Johnson M. (1999), *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*, New York, NY, Basic Books publ., 624 p.
- Maccormac, E. (1971), Meaning Variance and Metaphor. *British Journal for the Philosophy of Science*, No. 22, pp. 145-159.
- Makhnitskaya, E.Yu. (2003), *Metafora v sovremennom ekonomicheskom diskurse i printsipy ee leksikograficheskogo opisaniya* [Metaphor in modern economic discourse and principles of its lexicographical description], PhD Thesis, Rostov-on-Don, 191 p. (in Russian).
- Malysheva, E.G. (2008), Discourse conceptual dominant and its representation in formal-functional thesaurus (on the example of concept 'Victory' in journalistic sport discourse). *Herald of Omsk University*, No. 2, pp. 77-88. (in Russian).
- Sheigal, E.I. (2000), *Semiotika politicheskogo diskursa* [Semiotics of political discourse], Volgograd, Peremena publ., 368 p. (in Russian).
- Sheremet'eva, A.A. (2009), *Metafory nemetskogo ekonomicheskogo diskursa* [Metaphors of German economic discourse], Author's abstract, Irkutsk, 17 p. (in Russian).
- Sineeva, T.A. (2007), *Kognitivnye modeli ekonomicheskoi metafory vo frantsuzskom medinom diskurse*, PhD Thesis, Chelyabinsk, 186 p. (in Russian).
- Skorczyńska, H. (2012), Metaphor and knowledge specialization in business management. The case of project management discourse. Herrera-Soler, H., White, M. (eds.) *Metaphors and mills. Figurative language in business and economics*, Berlin, De Gruyter Mouton publ., pp. 265-290.

- Tchudinov, A. (2001), Sports metaphor in modern Russian political discourse. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and intercultural communication*, No. 2, pp. 26-31. (in Russian).
- Voyakina, E.Yu. (2011), *Onomasticheskaya metafora v ekonomicheskom diskurse*, PhD Thesis, Tambov, 263 p. (in Russian).
- White, M. (2003), Metaphors and economics. The case of growth. *English for specific purposes*, Vol. 22, iss. 2, pp. 131-151.

---

## METAPHORS OF THE TARGET SPHERE ‘ECONOMY’ IN THE DISCOURSE OF MODERN RUSSIAN MEDIA

**O.P. Matienko**

*Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)*

**Abstract:** We determined metaphors of the target sphere ‘economy’ based on the material of the media discourse on economic topics. Modern journalistic texts, including texts on economic issues, are distinguished by the active use of a wide variety of expressive means, including metaphorical ones. Therefore, there is a need for consistent accounting and detailed description of current metaphorical models, considering the specifics of their functioning in various types of discourse. The choice of economic discourse is connected with the special position occupied by the economic part of culture, and with the special significance of this part in modern global processes. Various types of metaphors are actively used in media texts on economic topics: anthropomorphic, naturalmorphic, socialmorphic, artifact, etc. The main objective of the paper is to determine the most frequent metaphorical models used to represent the concept of ‘economy’. Such features as frequency, derivational activity, the ability of a metaphor to appear in the headlines of media texts and textogennost’, allow us to consider a metaphor as a key metaphor or ‘current metaphor’. Metaphors of growth, which belong to anthropomorphic and naturalmorphic models, as well as metaphors of illness can be considered as key metaphors among metaphors with the token economy. Metaphors of war are one of the basic metaphors belonging to socialmorphic models. Metaphors of braking, skidding vehicle are one of the basic metaphors belonging to artifact models.

**Key words:** metaphorical model, media discourse, economy, target sphere, ‘current metaphor’.

**For citation:**

Matienko, O.P. (2022), Metaphors of the target sphere ‘economy’ in the discourse of modern Russian media. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 9, no. 2, pp. 298-312. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).298-312. (in Russian).

**About the author:**

**Matienko, Olesya Petrovna**, graduate student

***Corresponding author:***

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

E-mail: matienko\_o@mail.ru

***Received:*** October 22, 2021

***Revised:*** November 29, 2021

***Accepted:*** March 24, 2022

## КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ СПОРТИВНЫХ КОММЕНТАТОРОВ (НА МАТЕРИАЛЕ СОРЕВНОВАНИЙ ПО АКАДЕМИЧЕСКОЙ ГРЕБЛЕ)

И.А. Петрова<sup>1</sup>, Т.Ю. Шерстинова<sup>2</sup>

<sup>1,2\*</sup> *Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»  
(Санкт-Петербург, Россия)*

<sup>2\*\*</sup> *Санкт-Петербургский государственный университет  
(Санкт-Петербург, Россия)*

**Аннотация:** Анализируются записи двух телеэфиров чемпионатов мира по академической гребле 2018 и 2019 гг., в каждом из которых задействована пара комментаторов, один из которых журналист, а другой – профессиональный спортсмен в этом виде спорта. Речь комментаторов проаннотирована на уровне речевых актов, что дало возможность получить численные данные об использовании тех или иных типов речевых актов разными комментаторами, в том числе на разных этапах соревнований, оценить уровень информативности, эмоциональности и субъективности комментаторской речи, а также сопоставить коммуникативные тактики, применяемые ведущими. В частности, были выделены две речевые стратегии комментаторов: информативно-эмоциональная и информативно-нарраторская. Обе направлены на привлечение и удержание внимания аудитории при просмотре трансляции соревнований циклического вида спорта, главной особенностью которых является повторяющаяся последовательность одних и тех же этапов. При единой информативной составляющей различаются индивидуальные методы воздействия, характерные для речи ведущих. В первом случае привлекает внимание экспрессивность речи Дмитрия Губерниева, во втором – уникальность информации, передаваемой Сергеем Федоровцевым.

**Ключевые слова:** спортивный дискурс, устная речь, академическая гребля, речь комментаторов, прагматика, речевые акты.

**Для цитирования:**

*Петрова И.А., Шерстинова Т.Ю. Коммуникативные стратегии спортивных комментаторов (на материале соревнований по академической гребле) // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 313–327. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).313-327.*

**Сведения об авторах:**

<sup>1</sup> **Петрова Ирина Анатольевна**, студент 3-го курса бакалавриата ОП «Филология»

<sup>2</sup> **Шерстинова Татьяна Юрьевна**, кандидат филологических наук, \* доцент департамента филологии, \*\* доцент кафедры математической лингвистики

**Контактная информация:**

<sup>1,2\*</sup> Почтовый адрес: 190068, Россия, Санкт-Петербург, наб. Канала Грибоедова, 123

<sup>2\*\*</sup> Почтовый адрес: 199034, Россия, Санкт-Петербург, Университетская наб., 11

<sup>1</sup> E-mail: irina.petrova1011@gmail.com

<sup>2</sup> E-mail: sherstinova@gmail.com

**Финансирование:**

Исследование проведено при финансовой поддержке гранта Санкт-Петербургского государственного университета (проект № 75254082 «Моделирование коммуникативного поведения жителей российского мегаполиса в социально-речевом и прагматическом аспектах с привлечением методов искусственного интеллекта»)

**Дата поступления статьи:** 31.10.2021

**Дата рецензирования:** 04.11.2021

**Дата принятия в печать:** 24.03.2022

**Введение**

Речь спортивных комментаторов представляет собой разновидность спортивного дискурса, изучение которого находится в фокусе внимания целого ряда отечественных и зарубежных исследователей (см., напр.: [Зильберт 2001; Зильберт, Зильберт 2001; Блейн, Бойл 2005; Снятков 2007; Малышева 2011a; Caldwell et al. 2016]). Ведение прямой трансляции соревнований включает в себя как передачу зрителям заранее подготовленной информации о правилах состязаний, спортсменах, принимающих участие в соревновании и др., так и спонтанную речь комментаторов. Стиль ведения прямого репортажа зависит от количества ведущих и их персональных предпочтений и особенностей подачи материала. Среди главных задач спортивных комментаторов выделяются информирование телезрителей о текущих соревнованиях и поддержание интереса к ним (см., напр.: [Зильберт 2001; Гутцайт 2012]).

Большинство известных исследований посвящено таким популярным видам спорта, как футбол, хоккей, фигурное катание или плавание (см., напр.: [Новикова 2002; Lavric et al. 2008; Зиянгиров 2015; Кожухова, Сыпачева 2018; Пяткова, Шушмарченко 2019; Рогалева 2019; Naveed, Umar 2021]). Хотя комментирование любого спортивного состязания отражает общие закономерности, описанные Б.А. Зильбертом [Зильберт, Зильберт 2001: 52], отдельно взятый спорт привносит свои особенности, например терминологию, место проведения, условия и процесс соревнований. Ака-

демическая гребля – циклический вид спорта, в котором спортсмены, находясь в лодках, гребут веслами, совершая постоянно повторяющуюся последовательность движений. Цикличность гребли проявляется также и в ходе самих состязаний, состоящих из гонки на дистанции 2000 м и церемонии награждения. Это, в свою очередь, влияет на видеотрансляцию и, следовательно, на работу телекомментаторов.

Цель исследования заключается в том, чтобы проанализировать тактики подачи информации ведущими во время эфира и сформулировать их основные коммуникативные стратегии.

### **Материал и методы исследования**

Для анализа были использованы видеозаписи прямых трансляций чемпионатов мира по академической гребле – 2018 г. в Пловдиве и 2019 г. в Линце. Продолжительность первого эфира вместе с рекламными паузами составляет 2 ч 20 мин, второго – 3 ч 6 мин. В настоящее время многие соревнования освещаются одновременно двумя комментаторами: журналистом и бывшим или действующим профессиональным спортсменом.

Первая часть работы состояла из преобразования звучащей комментаторской речи в текст, т. е. получения текстовой расшифровки записи телевизионной трансляции, и затем выделения на расшифрованном материале речевых актов (РА). В данной работе под РА понимается «целенаправленное речевое действие, рассматриваемое в контексте прагматической ситуации и обладающее определенной иллокутивной силой» [Шерстинова 2018: 639].

Таким образом текст трансляции был разбит на фрагменты разной длины (от одного слова до нескольких предложений), соответствующие РА. После этого в среде электронных таблиц MS Excel каждый РА был проаннотирован на нескольких уровнях. Осуществленная разметка включает информацию о комментаторе, временном промежутке, типе и теме высказывания.

Каждая трансляция рассматривалась как последовательность значимых временных этапов (например, старт, финиш, повтор заездов, церемония награждения); кроме того, саму дистанцию в 2000 м также обычно делят на четыре части по 500 м (0–500, 500–1000, 1000–1500, 1500–2000). В результате каждая гонка (заезд) состоит из восьми условных отрезков. В рассмотренном нами чемпионате мира 2018 г. состоялось 11 заездов, в чемпионате 2019 г. – 10.

На прагматическом уровне выделялись типы РА и темы высказываний. Каждому РА был присвоен тип по аналогии с прагматической разметкой речевого корпуса «Один речевой день» [Шерстинова 2015], в основу которой была положена классификация, предлагаемая И.Н. Борисовой [Борисова 2009], которая была расширена за счет введения некоторых дополнительных категорий.

На основе семантики выделенных высказываний было выявлено 25–30 смысловых групп, примерно половина которых совпадает для обеих трансляций. Например, представление общей информации о текущих соревнованиях, описание событий, происходящих на воде, объяснение правил, особенностей и традиций гребли – эти типы относятся к **репрезентативам** (ИНФ), отвечающим за передачу информации. Среди РА, относящихся к другим типам, выделяются предположения о результате заезда, мнения ведущих о состоянии той или иной команды / спортсмена, ожидания от гонок – эти РА объединяются категорией **суппозитивов** (СУП). РА, структурирующие ход трансляции, например анонсирование дальнейших стартов, рекламы, являются **коммуникативными регулятивами** (РЕГ). Приветствия, поздравления, благодарности мы относим к **этикетным экспрессивам** (ЭТИ). Выделяются также **экспрессивы-эмотивы** (ЭМО), задача которых состоит в передаче чувств и эмоций, связанные в основном с выступлениями российской команды, а также **паралингвистические события** (ПАР), такие как смех.

Экспертная разметка речевых актов выполнялась вручную, а ее результаты дают возможность анализировать и сравнивать речь говорящих в схожих коммуникативных ситуациях.

### **Результаты исследования**

Коммуникативные стратегии комментаторов были сформулированы на основании статистических данных, полученных при анализе общего типологического и тематического разнообразия РА, а также их распределения по временным этапам телетрансляции.

Для начала стоит выделить общие черты репортажей. Во-первых, это тип транслируемых состязаний. Чемпионаты мира проводятся ежегодно, статус и престижность соревнований одинаково высоки, что подтверждает само наличие трансляции российским телевидением.

Во-вторых, небольшое число спортсменов из России, принимающих участие в финале соревнований. Это обстоятельство влияет на задачи, стоящие перед комментаторами. Участие национальной сборной обеспечивает определенный уровень лояльности аудитории, обратная же ситуация требует больших усилий со стороны ведущих, так как им необходимо поддерживать интерес телезрителей фактически всё остальное время эфира.

В-третьих, комментаторская пара, состоящая из профессионального журналиста и спортсмена. Основной род деятельности ведущего определяет его тематическую специализацию на время трансляции. Эфир 2018 г. вели Матвей Вознесенский (журналист) и Дмитрий Губерниев (журналист + бывший гребец), а трансляцию 2019 г. – Александр Скрывля (журналист) и Сергей Федоровцев (олимпийский чемпион 2004 г. по академической гребле).



Также важна цикличность гребли, обеспечивающая одинаковую последовательность этапов состязаний. По большому счету, соревнования любого уровня будут иметь идентичную структуру трансляции и ее комментария.

### Общее распределение типов РА в речи комментаторов

В речи комментаторов трансляции 2018 г. было выделено 584 РА, 373 из которых принадлежат Дмитрию Губерниеву, а 211 – Матвею Вознесенскому. В эфире 2019 г. насчитывается 533 РА, 300 – Александра Скрявли и 233 – Сергея Федоровцева. Однако стоит учитывать, что один РА Сергея может занимать несколько минут (если тема и прагматическая цель реплики однородны, независимо от продолжительности звучания этот фрагмент речи маркируется как один РА).

В табл. 1 представлено полученное на проанализированном материале распределение типов РА. Для всех четырех комментаторов мы наблюдаем в принципе одинаковый порядок частотности для следующих типов РА: ИНФ, СУП, РЕГ, ЭМО, ЭТИ и комбинация ЭМО+ЭТИ. Небольшие отличия наблюдаются для суппозитивов и экспрессивов-эмотивов, процент которых несколько выше у комментаторов эфира 2018 г.

Таблица 1

### Распределение типов речевых актов (РА) комментаторов в трансляциях, %

Тип РА	2018			2019		
	Дмитрий Губерниев	Матвей Вознесенский	Всего	Сергей Федоровцев	Александр Скрявля	Всего
ИНФ	42	29	71	29	45	74
СУП	7	2	9	5	4	9
ИНФ+СУП	3	3	6	5	2	7
РЕГ	4	2	6	2	4	6
ЭМО	3	0	3	1	1	2
ИНФ+ЭМО	1	0	1	1	1	2
ЭТИ	2	2	4	0	1	1
<b>Итого</b>	<b>62</b>	<b>38</b>	<b>100</b>	<b>43</b>	<b>57</b>	<b>100</b>

*Примечание.* ИНФ – репрезентативы, СУП – суппозитивы, РЕГ – коммуникативные регулятивы, ЭМО – экспрессивы-эмотивы, ЭТИ – этикетные экспрессивы.

Показатели прагматического разнообразия РА комментаторов подтверждают интуитивное предположение о том, что профессиональный род деятельности ведущего определяет основные темы, которые он освещает во время эфира.

В первом случае, несмотря на то, что оба комментатора – тележурналисты, роль Д. Губерниева шире, чем у соведущего. Этому способствует его спортивное прошлое, а также то, что он сам занимался академиче-

ской греблей. Поэтому зачастую именно Д. Губерниев поясняет правила и традиции спорта, делится своим опытом, иногда не связанным с греблей. Из табл. 1 видно, что речь М. Вознесенского состоит в основном из репрезентативов (29 %), остальные показатели не превышают 2 %. Количество реплик Д. Губерниева в полтора-два раза больше, так же как и их типологическое разнообразие. Процент эмотивов-экспрессивов (ЭМО) иллюстрирует большую эмоциональность комментаторского стиля Д. Губерниева.

Репортаж 2019 г. кажется менее официальным, более расслабленным. Это объясняется частым взаимодействием ведущих между собой. Распределение ролей есть, но оно не ярко выражено. Оба комментатора, сменяя друг друга, представляют экипажи и сообщают сведения о командах, спортсменах, результатах и чемпионате. Речь Сергея Федоровцева состоит из довольно объемных монологов, посвященных правилам и традициям гребли, историям и личному опыту из своей спортивной карьеры.

Тем не менее, несмотря на примерно равный объем речи комментаторов, С. Федоровцеву свойственна большая субъективность (СУП, ИНФ+СУП) и меньшее разнообразие типов РА. А. Скрывля отвечает за организационные и формальные составляющие эфира (РЕГ), реже высказывает свое мнение.

Сравнивая эфиры между собой, можно заметить, что объем РА, темы которых непосредственно связаны с текущими состязаниями, выше в речи комментаторов 2018 г. Это связано с тем, что оба ведущих в первую очередь журналисты, главная задача которых – информационное сопровождение соревнований [Михайлов, Мостов 2005: 184–185].

Однако основным отличием трансляций друг от друга можно назвать степень контрастности комментаторских стилей между ведущими в своей паре. Например, разница в эмотивах-экспрессивах РА между Д. Губерниевым и М. Вознесенским составляет около 3 %, в то время как между А. Скрывлей и С. Федоровцевым – 0,1 %.

### **Распределение типов РА комментаторов на отрезках трансляции**

В табл. 2 представлено распределение типов РА по разным этапам соревнования. Данный показатель зависит от тем, которые необходимо или возможно осветить в конкретный момент. Например, на старте происходит представление участников и экипажей, а во время последних 500 м ведущие меньше всего отходят от темы соревнований и больше комментируют происходящее на воде. Остальное время эфира в значительной мере посвящено общей информации просветительного и развлекательного характера.

Т а б л и ц а 2

**Распределение речевых актов комментаторов на отрезках трансляций, %**

Отрезок трансляции	2018		2019	
	Дмитрий Губерниев	Матвей Вознесенский	Сергей Федоровцев	Александр Скрывля
Начало трансляции	–	–	1	0
Старт	7	9	7	10
0–500	9	7	5	6
500–1000	8	7	5	7
1000–1500	9	5	7	6
1500–2000	11	4	5	8
Финиш	4	1	3	5
Повтор заезда	5	1	3	5
Церемония награждения	10	3	7	9
<b>Итого</b>	<b>63</b>	<b>37</b>	<b>44</b>	<b>56</b>

Из табл. 2 видно, что рассматриваемые трансляции стартуют по-разному. Эфир 2019 г. начинается с показа панорамного вида австрийского Линца и гребного канала, который сопровождается пояснениями комментаторов. Наблюдаются отличия и в ведении репортажа. Если в течение самой дистанции среднее число РА больше у ведущих 2018 г., то начиная с финиша, во время повтора заезда и церемонии награждения преобладают показатели РА комментаторов 2019 г. Кроме того, переход от конца гонки к ее финишу и повтору во второй трансляции менее заметен. Хотя паузы, по сравнению с остальной дистанцией, учащаются, количество РА сокращается менее резко, чем в эфире 2018 г. (в первой трансляции разница составляет 5 %, во второй – 2 %). Это обусловлено большим разнообразием тем, к которым А. Скрывля и С. Федоровцев прибегают во время менее содержательных частей эфира, например, они говорят о погоде или комментируют работу телеоператоров.

**Речь комментаторов, посвященная российской команде**

Отдельно стоит обратить внимание на отличие тактики ведения репортажа, возникающее во время участия в заезде команды сборной России. Участие российской команды меняет стратегию комментирования трансляции: с иностранными экипажами знакомят достаточно поверхностно, основное внимание сосредотачивается на сборной. Ведущие меньше отклоняются от описания происходящего, могут поделиться личной информацией о российских спортсменах. Эмоциональность репортажа повышается, вместе с тем понижается разнообразие и распространенность высказываний. Можно заметить и такую закономерность: чем напряженней и неожиданней происходит на воде, тем короче и реплики комментаторов. Это демонстрирует национальную ориентированность трансляции, что довольно естественно для спортивного дискурса (см., напр.: [Малышева 2009; Desmarais, Bruce 2010; Белютин, Буркхардт 2018]).

В 7-м заезде чемпионата мира 2018 г. принимала участие женская четверка, которая в табл. 3 обозначена как «4-»<sup>1</sup>. В связи с нестабильными результатами сборной России в последнее десятилетие экипаж, прошедший в финал международных соревнований, оказывается в зоне особого внимания. Кроме подачи стандартной информации о спортсменах, комментаторы высказывают свои ожидания и предположения, при этом выражение личного мнения характерно только для Д. Губерниева.

Таблица 3

**Речевые акты (РА), посвященные российской команде, %**

Темы РА	Комментатор	Этап трансляции							Итого
		Старт	0-500	500-1000	1000-1500	1500-2000	Финиш	Повтор заезда	
4-	Д. Губерниев	2	0	0	0	1	0	1	4
	М. Вознесенский	0	0	0	0	0	0	0	0
	<b>Всего</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
4- (-)	Д. Губерниев	3	3	1	5	1	0	0	13
	М. Вознесенский	0	0	1	0	0	0	0	1
	<b>Всего</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>14</b>
4- (?)	Д. Губерниев	0	0	0	0	2	0	0	2
	М. Вознесенский	0	0	0	1	1	0	0	2
	<b>Всего</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
4- (+)	Д. Губерниев	0	0	0	0	5	3	2	12
	М. Вознесенский	0	0	0	0	2	1	0	3
	<b>Всего</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>15</b>

Примечание. 4- – российская четверка, (-), (?), (+) – эмоциональная окраска РА.

Речевые акты, посвященные женской четверке, отличаются разной эмоциональной окраской. Среди них можно выделить 1) нейтральные, например факты («4-»), 2) неоднозначные, такие как сомнения об исходе гонки («4- (?)»), 3) более негативные – своеобразная подготовка к возможному проигрышу команды («4- (-)»), 4) положительные – надежды на победу, радость («4- (+)»).

<sup>1</sup> «4-» – принятое условное обозначение классов лодок в академической гребле, где цифры 1, 2, 4 или 8 обозначают количество гребцов в экипаже, а знаки «-» или «х» – тип весел, которые могут быть парными (х) или распашными (-). Таким образом, «4-» означает распашную четверку.

Анализируя данные табл. 3, можно увидеть развитие ситуации. На первую половину дистанции приходятся все 14 % негативных РА, большая часть из которых принадлежит Д. Губерниеву. Среди основных эмоций, сопровождающих высказывания, выделяются сожаление, грусть. На промежутке 1000–1500 м М. Вознесенский замечает изменение положения российского экипажа, выражает сомнение, и в речи обоих комментаторов появляется надежда на благоприятный исход гонки. В последние 500 м РА положительные и более эмоциональные (примерно 9 % экспрессивов-эмотивов, столько же, сколько репрезентативов).

Что касается чемпионата мира 2019 г., то там российские спортсмены представлены в 8-м и 9-м заездах. Первый класс экипажа – неолимпийский, второй – паралимпийский. На момент проведения соревнований 2019 г. считался предолимпийским, поэтому чемпионат мира в Люцерне – важный этап, показывающий примерное состояние сборных разных стран за год до игр. Российские спортсмены, принимающие участие в олимпийских классах лодок, в тот год не попали в главные, транслируемые финалы, что в течение эфира также обсуждалось ведущими.

Наиболее частые темы РА для обоих заездов типичны: комментирование ситуации на воде, обсуждение текущих соревнований и сообщение информации о российских спортсменах. Уровень эмоциональности речи остается тем же, что и на протяжении всей остальной трансляции. В первом случае, возможно, потому, что неолимпийским классам уделяется меньше внимания и поддержки, о чем рассказывал С. Федоровцев во время 8-го заезда. В гонке паралимпийцев экипаж из России лидирует с большим отрывом с начала и до конца дистанции, что не создает напряжения и поэтому не повышает эмоциональность РА комментаторов.

Неравнодушие ведущих к участию российских экипажей в комментируемом эфире проявляется в употреблении фразеологизма («ни пуха ни пера») на старте 8-го заезда. Кроме того, оно выражается в высоком проценте речевых актов-поздравлений (4 %), высказанных после победы российских парагребцов, – как правило, поздравления занимают менее 2 % всех РА.

### ***Заключение***

Прагматическая разметка речи комментаторов на уровне речевых актов дала возможность сделать некоторые выводы о стратегиях, применяемых комментаторами при ведении эфира. Главной целью ведущих в обеих трансляциях является удержание внимания телезрителя. Обсуждаемые темы во многом носят просветительный характер, речь комментаторов в первую очередь адресована тем зрителям, которые мало или совсем ничего не знают об академической гребле. Обстоятельством, требующим дополнительных усилий для привлечения внимания болельщиков, является небольшое число российских команд, представленных на соревнованиях.

Полученные данные позволяют выделить две коммуникативные стратегии: информативно-эмоциональную и информативно-нарраторскую. За информативную часть (описание самих состязаний) в обоих случаях отвечает комментатор-журналист, вариативная часть зависит от комментатора-гостя. Речь Дмитрия Губерниева отражает харизматичность его личности, отличается эмоциональностью и быстрым темпом. Сергей Федоровцев делится своим опытом, информацией, полученной «изнутри» гребного мира, рассказывает довольно объемные истории, сообщая зрителям уникальную информацию.

Коммуникативные стратегии, несомненно, отражают языковую личностность комментаторов (см.: [Мальшева 2011б], а также: [Борисов 2015; Санатина 2015]). Изучение влияния личных качеств ведущего на структуру репортажа может стать темой для более тщательного исследования.

Результаты проведенного исследования, с одной стороны, подтверждают общие закономерности спортивного дискурса, а с другой стороны, иллюстрируют особенности, характерные для соревнований по академической гребле, а также показывают перспективность применения экспертной прагматической разметки для изучения как структуры, так и отличительных особенностей устного дискурса разного типа, в том числе спортивного.

### **Список литературы**

- Белютин Р.В., Буркхардт А.* Дискурс футбольных фанатов в национальных и транснациональных проекциях // *Известия Смоленского государственного университета*. 2018. № 2 (42). С. 411–416.
- Блейн Н., Бойл Р.* Спорт как жизнь: СМИ, спорт и культура // *Медиа. Введение* / под ред. А. Бриггза, П. Кобли. 2-е изд. М.: Юнити-Дана, 2005. С. 464–475.
- Борисов А.С.* Языковая личность спортивного журналиста (на примере творчества Василия Уткина) // *Вестник МГУП*. 2015. № 2. С. 63–68.
- Борисова И.Н.* Русский разговорный диалог. Структура и динамика. М.: ЛИБРОКОМ, 2009. 320 с.
- Гутцайт Р.Л.* Спортивное комментирование и его роль в телевизионной медиатизации (на примере спутниковой телекомпании «НТВ-Плюс»): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2012. 18 с.
- Зильберт А.Б.* Спортивный дискурс: точки пересечения с другими дискурсами (проблемы интертекстуальности) // *Язык, сознание, коммуникация: сб. ст.* М.: МАКС Пресс, 2001. Вып. 19 / отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. С. 103–112.
- Зильберт Б.А., Зильберт А.Б.* Спортивный дискурс: базовые понятия и категории; исследовательские задачи // *Язык, сознание, коммуникация: сб. ст.* М.: МАКС Пресс, 2001. Вып. 17 / отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. С. 45–55.
- Зиянгиров Э.К.* Тропы и стилистические фигуры в речи спортивных комментаторов // *Современные проблемы науки и образования*. 2015. № 2, ч. 2. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=22255>.

- Кожухова И.В., Сыпачева М.Д.* Роль стратегии убеждения в спортивном дискурсе (на материале телерепортажей англоязычных спортивных комментаторов) // Челябинский гуманитарий. 2018. № 3 (44). С. 13–17.
- Мальшиева Е.Г.* Русский спортивный дискурс: лингвокогнитивное исследование: моногр. М.: Флинта, 2011а. 410 с.
- Мальшиева Е.Г.* Дискурсивная языковая личность в русском спортивном дискурсе // Медиаскоп. 2011б. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/767>.
- Мальшиева Е.Г.* Универсальная идеологема «спорт» в политическом дискурсе СССР и современной России // Личность. Культура. Общество. 2009. Т. 11. № 1. С. 330–337.
- Михайлов С.А., Мостов А.Г.* Спортивная журналистика. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. 223 с.
- Новикова И.И.* T/RUS не играет в хоккей, или Как сжечь флаг, когда кончились памятники? // О муже(N)ственности: сб. ст. / сост. С. Ушакин. М.: Новое литературное обозрение, 2002. С. 327–344.
- Пяткова П.Ю., Шушмарченко Е.А.* Лингвостилистический анализ речи спортивных комментаторов // *Studia Humanitatis*. 2019. № 2. DOI: 10.24411/2308-8079-2019-00005.
- Рогалева О.С.* Спортивный журналистский субдискурс о фигурном катании: тематическое своеобразие // Медиа в современном мире: 58-е Петерб. чт.: сб. материалов Междунар. науч. форума: в 2 т. / ред. В.В. Васильева. СПб.: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та, 2019. Т. 2. С. 198–200.
- Санатина М.В.* Функции метафор в реализации профессиональной языковой личности футбольного комментатора (на материале русского языка) // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 15 (370). С. 82–87.
- Снятков К.В.* Телевизионный спортивный дискурс: аспекты коммуникативно-прагматического анализа // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2007. № 14 (37). С. 189–194.
- Шерстинова Т.Ю.* Структура повседневного диалога как последовательность речевых актов // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: по материалам ежегод. междунар. конф. «Диалог 2018» (Москва, 30 мая – 2 июня 2018 г.). 2018. Вып. 17 (24). С. 637–651.
- Шерстинова Т.Ю.* Прагматическое аннотирование коммуникативных единиц в корпусе ОРД: микроэпизоды и речевые акты // Корпусная лингвистика – 2015: тр. междунар. конф. / ред. В.П. Захаров, М.В. Хохлова. СПб.: СПбГУ, 2015. С. 436–445.
- Caldwell D., Walsh J., Vine E.W., Jureidini J.* The Discourse of Sport. Analyses from Social Linguistics. New York: Routledge, 2016. 256 p.
- Desmarais F., Bruce T.* The power of stereotypes: Anchoring images through language in live sports broadcasts // *Journal of Language and Social Psychology*. 2010. Vol. 29, № 3. P. 338–362.
- Lavric et al.* 2008 – The Linguistics of Football / Eds. E. Lavric, G. Pisek, A. Skinner, W. Stadler. Tübingen, 2008. 450 p.
- Naveed H., Umar H.* A Study of Stylistic Features of Cricket Commentary: A Discourse Analysis // *NUST Journal of Social Sciences and Humanities*. 2021. Vol. 7, no. 1. P. 143–165.

### **Источники**

- Академическая гребля. Чемпионат мира. Финалы // Sportbox.ru. 15 сент. 2018. URL: [https://news.sportbox.ru/Vidy\\_sporta/ak\\_greblya/spbvideo\\_NI890941\\_translation\\_Chempionat\\_mira\\_Finaly](https://news.sportbox.ru/Vidy_sporta/ak_greblya/spbvideo_NI890941_translation_Chempionat_mira_Finaly).
- Академическая гребля. Чемпионат мира. Финалы // Sportbox.ru. 30 авг. 2019. URL: [https://news.sportbox.ru/Vidy\\_sporta/ak\\_greblya/spbvideo\\_NI1066259\\_translati\\_on\\_Chempionat\\_mira\\_Finaly](https://news.sportbox.ru/Vidy_sporta/ak_greblya/spbvideo_NI1066259_translati_on_Chempionat_mira_Finaly).
- Дисциплины гребного спорта // Федерация гребного спорта России. URL: <https://rowingrussia.ru/o-greble/distsipliny-grebnogo-sporta/akademicheskaya-greblya/>.

### **References**

- Belyutin, R.V., Burkkhardt, A. (2018), Diskurs futbol'nykh fanatov v natsional'nykh i transnatsional'nykh proektsiyakh [Discourse of Football Fans in National and Transnational Projections]. *Izvestiya Smolenskogo gosudarstvennogo univversiteta*, No. 2 (42), pp. 411-416. (in Russian).
- Blain, N., Boyle, R. (2002), Sport as real life: media sport and culture. Briggs, A., Copley, P. (eds.) *The Media: An Introduction*, 2nd ed., Longman publ., pp. 415-426.
- Borisov, A.S. (2015), Linguistic personality of a sports journalist (by example of Vasily Utkin's works). *Journal of the Moscow State University of Printing Arts*, No. 2, pp. 63-68. (in Russian).
- Borisova, I.N. (2009), *Russkii razgovornyi dialog. Struktura i dinamika* [Russian spoken dialogue. Structure and Dynamics], Moscow, LIBROKOM publ., 320 p. (in Russian).
- Caldwell, D., Walsh, J., Vine, E.W., Jureidini, J. (2016), *The Discourse of Sport. Analyses from Social Linguistics*, New York, Routledge publ., 256 p.
- Desmarais, F., Bruce, T. (2010), The power of stereotypes: Anchoring images through language in live sports broadcasts. *Journal of Language and Social Psychology*, Vol. 29, no. 3, pp. 338-362.
- Guttsait, R.L. (2012), *Sportivnoe kommentirovanie i ego rol' v televizionnoi mediatizatsii (na primere sputnikovoi telekompanii «NTV-Plyus»)* [Sports Commentary and its Role in Television Mediatization (The Case of NTV-Plus Satellite Television)], Author's abstract, Moscow, 18 p. (in Russian).
- Kozhuhova, I.V., Sypacheva, M.D. (2018), Strategy of persuasion in sports discourse (based on live television broadcasts of English-speaking sports commentators). *Chelyabinskij Gumanitarij*, No. 3 (44), pp. 13-17. (in Russian).
- Lavric, E., Pisek, G., Skinner, A., Stadler, W. (eds.) (2008), *The linguistics of football*, Tübingen, 450 p.
- Malysheva, E.G. (2011a), *Russkii sportivnyi diskurs: lingvokognitivnoe issledovanie* [Russian Sports Discourse: A Linguistic and Cognitive Study], Monograph, Moscow, Flinta publ., 410 p. (in Russian).
- Malysheva, E.G. (2011b), Discourse Language Personality in Russian Sports Discourse. *Mediascope*, No. 1, available at: <http://www.mediascope.ru/en/node/767>. (in Russian).
- Malysheva, E.G. (2009), Universal'naya ideologema "sport" v politicheskom diskurse SSSR i sovremennoi Rossii [The Universal Ideologeme "Sport" in the Political



- Discourse of the USSR and Modern Russia]. *Personality. Culture. Society*, Vol. 11, no. 1, pp. 330-337. (in Russian).
- Mikhailov, S.A., Mostov, A.G. (2005), *Sportivnaya zhurnalistika* [Sports Journalism], St. Petersburg, V.A. Mikhailov publ., 223 p. (in Russian).
- Naveed, H., Umar, H. (2021), A Study of Stylistic Features of Cricket Commentary: A Discourse Analysis. *NUST Journal of Social Sciences and Humanities*, Vol. 7, no. 1, pp. 143-165.
- Novikova, I.I. (2002), T/RUS ne igraet v khokkei, ili Kak szhech' flag, kogda konchilis' pamyatniki? [T/RUS not playing Hockey, or How to Burn the Flag when the Monuments are out?]. Ushakin, S. (ed.) *On Masculinity*, Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie publ., pp. 327-344. (in Russian).
- Pyatkova, P.Y., Shushmarchenko, E.A. (2019), Linguistic and stylistic analysis of sports commentators' speech. *Studia Humanitatis*, No. 2. DOI: 10.24411/2308-8079-2019-00005. (in Russian).
- Rogaleva, O.S. (2019), Sports journalistic subdiscourse about figure skating: thematic originality. Vasil'eva, B.B. (ed.) *Media v sovremennom mire* [Media in the modern world], 58th St. Petersburg Readings, Proceedings of the International Scientific Forum, in 2 volumes, St. Petersburg, St. Petersburg University publ., Vol. 2, pp. 198-200. (in Russian).
- Sanatina, M.V. (2015), The functions of metaphors by realization of football commentator's professional linguistic personality. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, No. 15 (370), pp. 82-87. (in Russian).
- Sherstinova, T.Yu. (2018), The structure of everyday dialogue as the sequence of speech acts. *Computational Linguistics and Intellectual Technologies*, Papers from the Annual International Conference "Dialogue" (2018), Iss. 17, pp. 637-651. (in Russian).
- Sherstinova, T.Yu. (2015), Pragmaticheskoe annotirovanie kommunikativnykh edinit v korpuse ORD: mikroepizody i rechevye akty [Pragmatic annotation of communicative units in the OSD corpus: micro-episodes and speech acts]. Zaharov, V.P., Khokhlova, M.V. (eds.) *Corpus linguistics 2015*, Materials of the international conference, St. Petersburg, St. Petersburg University publ., pp. 436-445. (in Russian).
- Snyatkov, K. (2007), Television sports discourse: aspects of the communicative and pragmatic analysis. *Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, No. 14 (37), pp. 189-194. (in Russian).
- Zil'bert, A.B. (2001), Sportivnyi diskurs: tochki peresecheniya s drugimi diskursami (problemy intertekstual'nosti) [Sports Discourse: Points of Intersection with Other Discourses (Problems of Intertextuality)]. Krasnykh, V.V., Izotov, A.I. (eds.) *Yazyk, soznanie, kommunikatsiya* [Language, Consciousness, Communication], Collection of articles, Iss. 19, Moscow, MAKS Press publ., pp. 103-112. (in Russian).
- Zil'bert, B.A., Zil'bert, A.B. (2001), Sportivnyi diskurs: bazovye ponyatiya i kategorii; issledovatel'skie zadachi [Sports discourse: basic concepts and categories]. Krasnykh, V.V., Izotov, A.I. (eds.) *Yazyk, soznanie, kommunikatsiya* [Language, Consciousness, Communication], Collection of articles, Iss. 17, Moscow, MAKS Press publ., pp. 45-55. (in Russian).

Ziyangirov, E.K. (2015), Tropes and figures of speech in discourse of sports commentators. *Modern problems of science and education*, No. 2, pt. 2, available at: <https://science-education.ru/en/article/view?id=22255>. (in Russian).

### **Sources**

(2019), Akademicheskaya greblya. Chempionat mira. Finaly. *Sportbox.ru*, August 30, available at: [https://news.sportbox.ru/Vidy\\_sporta/ak\\_greblya/spbvideo\\_NI1066259\\_translation\\_Chempionat\\_mira\\_Finaly](https://news.sportbox.ru/Vidy_sporta/ak_greblya/spbvideo_NI1066259_translation_Chempionat_mira_Finaly). (in Russian).

(2018), Akademicheskaya greblya. Chempionat mira. Finaly. *Sportbox.ru*, September 15, available at: [https://news.sportbox.ru/Vidy\\_sporta/ak\\_greblya/spbvideo\\_NI890941\\_translation\\_Chempionat\\_mira\\_Finaly](https://news.sportbox.ru/Vidy_sporta/ak_greblya/spbvideo_NI890941_translation_Chempionat_mira_Finaly). (in Russian).

Distsipliny grebnogo sporta. *Russian Rowing Federation*, official site, available at: <https://rowingrussia.ru/o-greble/distsipliny-grebnogo-sporta/akademicheskaya-greblya/>. (in Russian).

## **COMMUNICATIVE STRATEGIES OF SPORTS COMMENTATORS (BASED ON THE MATERIALS OF ROWING COMPETITIONS)**

**I.A. Petrova<sup>1</sup>, T.Yu. Sherstinova<sup>2</sup>**

<sup>1,2\*</sup> *National Research University Higher School of Economics (St. Petersburg, Russia)*

<sup>2\*\*</sup> *St. Petersburg University (St. Petersburg, Russia)*

**Abstract:** The paper analyzes the recordings of two TV broadcasts of the 2018 and 2019 World Rowing Championships, each of which involves a pair of commentators, one of whom is a journalist, and the other is a professional athlete in this sport. The commentators' speech was annotated at the level of speech acts, which made it possible to obtain numerical data on the use of certain types of speech acts by different commentators, including the comparison of different stages of the competition, to assess the level of information content, emotionality, and subjectivity of the commentators' speech, to highlight the communicative tactics used by the commentators, and to compare the broadcasts with each other. As a result of the study, two commentators' speech strategies were formulated: informative-emotional and informative-narrative. Both are aimed at attracting and maintaining the audience's attention when watching a broadcast of a cyclical sport competition, the main feature of which is the repetitive sequence of the same phases. While the informative component is the same, the individual methods of influence, characteristic for the broadcasters' speech, are different. In the first case, attention is attracted by the expressiveness of Dmitry Guberniev's speech, in the second – by the uniqueness of the information provided by Sergey Fedorovtsev.

**Key words:** sports discourse, spoken language, rowing, commentator's speech, pragmatics, speech acts.

### **For citation:**

Petrova, I.A., Sherstinova, T.Yu. (2022), Communicative strategies of sports commentators (based on the materials of rowing competitions). *Communication Studies (Russia)*, Vol. 9, no. 2, pp. 313-327. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).313-327. (in Russian).

***About the authors:***

<sup>1</sup> **Petrova, Irina Anatolievna**, student of the Philology Department

<sup>2</sup> **Sherstinova, Tatyana Yurievna**, PhD, \* Associate Professor of the Department of Philology, \*\* Associate Professor of the Department of Mathematical Linguistics

***Corresponding authors:***

<sup>1,2\*</sup> Postal address: 123, Kanala Griboedova nab., St. Petersburg, 190068, Russia

<sup>2\*\*</sup> Postal address: 11, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russia

<sup>1</sup> E-mail: irina.petrova1011@gmail.com

<sup>2</sup> E-mail: sherstinova@gmail.com

***Acknowledgements:***

The presented research was supported by Saint Petersburg State University, project # 75254082 “Modeling of Russian megalopolis citizens’ communicative behavior in social, speech and pragmatic aspects using artificial intelligence methods”

***Received:*** October 31, 2021

***Revised:*** November 4, 2021

***Accepted:*** March 24, 2022

## ФУНКЦИИ СМЕХА В УСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ СЕЛЬСКИХ ЖИТЕЛЕЙ (ПО МАТЕРИАЛАМ ТОМСКОГО ДИАЛЕКТНОГО КОРПУСА)

**Д.П. Попова**

*Томский государственный университет (Томск, Россия)*

**Аннотация:** Гелология привлекает внимание широкого круга ученых, феномен смеха исследуют философы, психологи, лингвисты. Данная статья посвящена определению функций смеха в коммуникации сельских жителей друг с другом и с собирателями. Исследование проводится с опорой на разговорный анализ, отбор материала производился с помощью метода автоматизированного извлечения информации. Для анализа из Томского диалектного корпуса были выбраны контексты, относящиеся к теме ‘человек физический’ и подтеме ‘болезни и лечение’. Предполагается, что в рамках этой темы смех преимущественно будет помогать преодолеть смущение и позволит свободно говорить о деликатных темах, связанных с телесностью. Описываются различные функции смеха: в ситуации наличия чего-либо комичного; в социально неловких ситуациях; в случае прагматического несоответствия и при отсутствии несоответствий для выражения одобрения. Исследование показало, что в коммуникации сельских жителей реализуются разнообразные функции смеха. Чаще всего встречается смех, свидетельствующий о социальном и приятном несоответствии. Часть контекстов (10 %) содержит смех как выражение объединения (одобрения). Реже всего реализуется такая функция смеха, как выражение прагматического несоответствия. В целом функции смеха оказались более разнообразными, чем предполагалось.

**Ключевые слова:** смех, функции смеха, устная коммуникация, речь сельского жителя, корпусная лингвистика, разговорный анализ.

**Для цитирования:**

*Попова Д.П.* Функции смеха в устной коммуникации сельских жителей (по материалам Томского диалектного корпуса) // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 328–342. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).328-342.

**Сведения об авторе:**

**Попова Дарья Павловна**, младший научный сотрудник Лаборатории общей и сибирской лексикографии

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 634050, Россия, Томск, пр. Ленина, 34

E-mail: popovadarp@gmail.com

### **Финансирование:**

Подготовлено при поддержке гранта РНФ, проект № 19-78-10015 «Разработка электронных ресурсов для исследования народно-речевой культуры Среднего Приобья»

*Дата поступления статьи:* 22.02.2022

*Дата рецензирования:* 12.03.2022

*Дата принятия в печать:* 24.03.2022

### **Введение**

Феномен смеха с античных времен привлекает внимание ученых из разных сфер. Смех исследуют с философской, психологической, культурологической точек зрения и т. д. (подробнее см.: [Тарабульси 2017: 5–7]). Проблеме смеха посвящены международные конференции. Регулярно проводится гелологический конгресс в РГПУ им. Герцена, где обсуждаются семиотические и герменевтические подходы к исследованию смеха и юмора [Глухова и др. 2021]. Тему смеха затрагивают исследования в сфере интернет-коммуникации, в частности Й. Подело изучает сходства и различия между цифровой и реальной формами улыбки и смеха. Он отталкивается от социологического понимания смеха, однако обращает внимание на продуктивность междисциплинарного подхода [Подело 2016: 82].

В отечественной лингвистике смех рассматривается с точки зрения лингвокультурологического подхода как фрагмент русской языковой картины мира, один из ключевых концептов русского языка [Кузнецов 2005; Сисалиева 2009]; описывается в контексте исследования смеховых приемов как ответ на ироническую игру [Горностаева 2019] или реакция на шутку [Карасик 2018]; изучается смеховая культура писателей [Шаталова 2008].

На сегодняшний день одним из популярных подходов к интерпретации смеха является теория несовместимости, утверждающая, что некоторое несоответствие ситуации или идеи порождает смех [Koestler 1964]. Дальнейшее развитие эта мысль получила в собственно лингвистической теории В. Раскина, построенной на анализе шуток. В. Раскин полагал, что для определения текста как смешного должны выполняться два условия: «I) текст является частично или полностью совместимым с двумя различными скриптами (контекстами); II) два скрипта (контекста), с которыми текст совместим, противопоставлены друг другу» [Raskin 1985: 99]. Теорию несовместимости продолжают использовать и современные зарубежные исследователи [Mazzocconi, Tian, Ginzburg 2020].

В данной статье делается акцент на самом моменте смеха, а затем анализируется контекст, предыдущие и последующие реакции собеседников. Мы поддерживаем тезис о том, что смех не только рефлекс, но и

механизм коммуникации, контролируемый и обусловленный культурными представлениями о смешном [Глухова и др. 2021: 438].

При рассмотрении проблемы смеха, как говорилось ранее, исследователи признают важным наличие или отсутствие несоответствия. Данное исследование опирается на классификацию функций смеха, которая основана на теории несоответствия и предложена С. Mazzocconi, Y. Tian, J. Ginzburg. Классификация включает четыре основных типа:

- приятное несоответствие, куда входит различный юмористический материал;
- социальное несоответствие (речь идет о смехе в ситуациях социального дискомфорта);
- прагматическое несоответствие, объединяющее все случаи, когда сказанное не совпадает с истинным смыслом (сюда относятся иронические высказывания, цитирование, двусмысленность и пр.);
- отсутствие несоответствия – в этом случае смех рассматривается как выражение приятности, одобрения и т. п. [Mazzocconi, Tian, Ginzburg 2020].

Актуальность работы обусловлена дефицитом исследований, посвященных реализации смеха в устной диалогической речи. В отечественной лингвистике феномен смеха описывается прежде всего на материале письменных текстов: исследуются художественные произведения [Русина 2002], комические тексты [Карасик 2018], данные словарей [Кузнецов 2005]. Исследования смеха на материале устной речи проводятся крайне редко. Нам известна лишь работа, в которой для анализа привлекаются записи социологических опросов (см.: [Турчик 2010]). Тем не менее обращение к паралингвистическим параметрам коммуникации представляется перспективным [Кибрик 2018]. Актуальность также определяется тем, что в научный оборот вводятся материалы устной речи.

На сегодняшний день активно развивается направление коммуникативной диалектологии [Гольдин 1997], однако исследований феномена смеха на диалектном материале практически нет. Упоминания о смехе как способе реализации метаязыкового сознания диалектоносителя есть в монографии Е.В. Иванцовой [Иванцова 2002: 265]. Кроме того, исследовались вербальные обозначения концептов 'смех' и 'плач' в дискурсе диалектной языковой личности [Земичева 2019].

Цель данной статьи – выявление функций смеха в разговорах диалектоносителей и собирателей на тему телесных особенностей, болезней.

### **Описание материала и методов исследования**

Исследование проводится с опорой на конверсационный анализ, для которого центральными являются понятия последовательности и очередности. Нас будет интересовать, каким образом предыдущие реплики могут влиять на продуцирование смеха и какое он в свою очередь

действие может оказывать на дальнейшую коммуникацию. Задачи поиска и отбора материала были решены с помощью автоматизированного извлечения информации (метода корпусной лингвистики).

В качестве материала выбраны тексты из Томского диалектного корпуса (<http://losl.tsu.ru/corpus>), одного из наиболее репрезентативных диалектных корпусов русского языка, объем которого более 2 млн словоупотреблений. В корпусе наряду с автоматической грамматической разметкой реализована ручная разметка по коммуникативным параметрам (тема, тип, жанр текста). Материалы в корпусе снабжены комментариями, которые включают реплики собирателей и примечания о невербальных средствах общения, в том числе характеристики голоса и речи. При поиске в комментариях по лемме слова *смеяться* обнаружено более 1000 контекстов.

На данном этапе материал ограничен темой ‘человек физический’ и подтемой ‘болезни и лечение’. Всего при поиске в указанной теме было найдено 57 контекстов по запросам *смеяться* (47 результатов), *смех* (10 результатов) в комментариях. Выбранные записи сделаны в период с начала 2000-х гг. по 2019 г. на территории Томской области и хранятся в аудиоформате, что делает выполнимым отслеживание временных и фонетических характеристик смеха. Записи представляют собой беседы, близкие к естественной коммуникации.

Для определения функции смеха важна ситуация общения, социальный и лингвистический контекст [Mazzosconi, Tian, Ginzburg 2020], а также течение разговора. Опишем типичную коммуникативную ситуацию записи диалектной речи. Обычно участниками являются собиратели, малознакомые люди, которые, более того, приезжают из города и, соответственно, не включены в повседневное общение сельских жителей, и информанты, которые являются сельскими жителями.

Всего в выборке 32 записи, 56 человек, из них 36 – информанты (в том числе проводники), 20 – собиратели. Собиратели исключительно женщины, которые имеют высшее (неоконченное высшее) образование. Возраст собирателей преимущественно от 20 до 40 лет. В качестве информантов выступают люди в возрасте от 60 до 89 лет, женщины – 90 % и мужчины – 10 %. Информанты в 21 % случаев имеют начальное образование, 31,5 % – неполное среднее, 16 % – среднее, в 31,5 % случаев уровень образования неизвестен.

При разнице статусно-ролевых отношений между коммуникантами возникает дистанция, что порождает чувство неловкости. Степень открытости в момент записи речи может различаться и зависит в том числе от личных качеств коммуникантов, также на непринужденность общения может влиять смех, избавляя от напряженности и уравнивая коммуникативные роли.

Гипотеза исследования состоит в том, что в рамках темы ‘человек физический’ в большинстве случаев смех будет реализовывать функцию

социального несоответствия, которая предполагает устранение смущения говорящего в разговоре с малознакомыми людьми и помогает предотвратить критическую оценку со стороны собеседника. Такое предположение построено на основе классификации несоответствий, приведенной выше.

### **Представление результатов**

По данным выборки, чаще смеется сам говорящий (56 % случаев), в 10 % случаев смеется (-ются) только собеседник (-и), в остальных случаях смеются обе стороны коммуникативного процесса. Момент звучания смеха, как правило, приходится на конец (50 из 57) или начало (3 из 57) высказывания. Такую особенность отмечает и Р. Провайн, подсчитавший, что смех разрывает фразу только в 8 случаях из 1200 [Provine 1993]. М.Л. Бутовская сравнивает роль смеха в устной коммуникации с ролью знаков препинания в письменной речи [Бутовская 2004: 77].

Чтобы ответить на вопрос, когда и в каком случае смеются участники общения, рассмотрим несколько фрагментов, в которых реализуются различные функции смеха.

#### **Фрагмент 1**

М.И.: *Ноги-т не хо'дют. Ноги-т не хо'дют. Со стулом. А то раз и приехал тот этот, дрова привёз, он ведь – бабуля, бабуля, я <шевелю>. «Обожди, я иду!» – он ждёт.*

Л.А.: *Бегут.*

М.И.: *Нюрка, эта ли, Валя смеётся: «Пока, урит, бабуля придёт – можно, урит, до за... до Томска доехать». [смеются] О-ой, иду со стулом. О-о, ну всё понятно. Прошлый год, уйт, с палочкой ходила, а щас уже со стулом. Щас уже со стулом. Весь двор чурака'ми обставлено, да. [смеется]*

Ольга: *Моя взаимопомощь, да. [смеется]*

М.И.: *И-и, да. И үде хожу, там и присяду, үде хожу, там и присяду. Ой-ё-ёй. <...>*

Первый взрыв смеха появляется после озвученной шутки о скорости передвижения пожилой женщины, тем самым слушающие демонстрируют, что восприняли шутку (функция удовольствия от приятного несоответствия). Далее диалектоноситель выбирает тактику самокритики через ссылку на чужое мнение. В речи это выражается переходом к рассказу о себе в третьем лице. Смех М.И. над самой собой (второй случай смеха, функция стимуляции доброжелательного отношения) из-за использования чурок, обрубков дерева, которые помогают передвигаться по двору, вероятно, свидетельствует о согласии пожилого информанта с критикой и мотивирует собеседников отнестись к говорящему доброжелательно. Судя по всему, один из слушающих верно воспринимает сигнал и пытается проявить дружелюбие, произнося реплику, которая также завершается смехом (третий случай смеха, функция проявления собеседником сочувствия).



**Фрагмент 2**

[А Сфотографировать можно вас?]

Л.И.: Кого?

А.Н.: Конечно, конечно. [Сфотографировать.]

Л.И.: О-ой, и зачем, не надо, не надо. [Ой, пожалуйста.] <...> С такими глазами, не хочу.

А.Н.: Тётя Лида, при чём глаза, вы красиво, хорошо выглядите.

Л.И.: Да-да.

А.Н.: Всё, сидите аккуратненько вот с цветочком.

Л.И.: Да-да, тогда приходи с женихом, раз красиво выгляжу. [Все смеются]

А.Н.: У меня тут на примете мно-ого есть, я.

Данный фрагмент связан с ситуацией фотографирования. Информант отказывается сниматься, остальные участники коммуникации пытаются уговорить Л.И., которая затем называет причину отказа. После этого собеседница А.Н. делает комплимент Л.И., однако Л.И. воспринимает его скептически и старается отшутиться, предлагая исполнить ее желание: найти жениха. При этом смех, сопровождающий реплику, указывает на несерьезность слов, реализуя функцию обозначения иронии. Собеседники в свою очередь показывают, что осознали истинное коммуникативное намерение Л.И. (в этом случае смех осуществляет функцию удовольствия от приятного несоответствия).

Далее опишем встретившиеся функции:

1. **Приятное несоответствие.** В первую группу входят случаи смеха над шутками, каламбуром, глупым поведением и т. д.:

1.1. **Удовольствие от приятного несоответствия.** Рассмотрим пример, где диалектоносительница рассказывает, как ее сын, житель села, вероятно, не посещавший раньше врача-невролога, назвал неврологический инструмент. Неожиданное преувеличение вызывает смех:

Н.А.: Это как Петька поехал у больницу, это вот, молотоцьком по колену. [смеются] Он говорит: «Ну ницё кувалда у вас!» [смеются] Приехал домой, смеётся, говорит – как рассмеялись. Врачи. Грит – ничё кувалда. [смеются]

В таких ситуациях смех собеседника сообщает говорящему: несоответствие было воспринято собеседником, и слушающий испытывает радость, удовольствие от приятного несоответствия.

В другом примере реагирование смехом отражает понимание наивности представлений мужчины о процессе родов и невозможности заставить женщину рожать в срок. В данной ситуации, кроме женщин-собираателей, смеется диалектоносительница (функция обозначения иронии):

Вот один день единственный дома [а не на работе] была! И то гыт: «Вот ты не поехала, а там подавать некому было на телегу, и не родила». Ну чё, надо, видно, рожать. [смех]

Таким образом, с помощью смеха выражается удовольствие от понимания несоответствия.

**1.2. Обозначение несоответствия.** Данная функция используется, чтобы показать алогичность высказывания собеседника или других лиц. Обнаружен случай реализации данной функции смеха при общении в жанре сплетни:

*Ну у ней [подруги-односельчанки] что-то с головёнкой есь. Есь-есь. Говорит: «Рая, а у Гали муж-то [смеется] чей?» Я говорю: «Из Москвы». – «Из Москвы? А-а!» Вот это она уже бредёт. [путается] <...> Чё-то у ей есь.*

Представленный фрагмент взят из разговора хорошо знакомых друг другу жительницы села и собирателей, запись речи велась скрыто, что, по-видимому, создавало дополнительные условия для доверительного общения. Разговор был записан в отсутствие объекта насмешки, поэтому не вызвал негативной реакции, тем не менее такой смех может являться разобщающим и представляться как насмешка [Паремюзашвили 2012].

Примером использования смеха в функции обозначения несоответствия служит следующий фрагмент:

*У меня вон сноха покрасилась – она редко красится, а щас поехала к дочке–покрасилась. Придёт – я её прям не узнаю, чёрна голова. [смеется] Всё, покрасилась.*

Диалектоносительница обозначает с помощью смеха, что смешное содержится в несоответствии нормального (обычного) и ненормального (необычного). При этом сама диалектоносительница сообщила, что никогда не красилась, возможно, поэтому данная ситуация вызывает смех.

**2. Социальное несоответствие.** В эту группу входят случаи смеха при некомфортном повороте разговора, порождающем неловкость (для идентификации функций 2.1, 2.2. и 2.3. важно, чтобы смех производился самим говорящим, смех собеседника классифицируется как функция 2.4):

**2.1. Смягчение и неприятный разговор.** Смех помогает сгладить критику, направленную на собеседника или отсутствующих третьих лиц. Интересно, что в некоторых случаях критика высказывается осторожно и подтверждается ссылкой на чужое мнение:

*Так ты не ешь ничё. <...> Ты не ешь, пое'тому ты такая есь. <...> А мужья-то любят вот таких. <...> Да, как у меня Миша говорит: у него жена Наталья раздоб... раздобрела, такая полная стала. Вон из кожи лезет. То ли дело тоненькие, хорошие. [смеется]*

Данная функция реализуется и когда участники коммуникации говорят о собственном неприятном опыте, в таких ситуациях смех помогает представить ситуацию как менее опасную. Следующий контекст, описывающий, как у сына информанта началась аллергия, очевидно отражает негативные эмоции, переживания говорящего и некоторое расслабление после смеха:

*Раз мы сидим, пиво пьем на Почтовом с другом. Ну, рыбка у нас тут. И он вот рыбку схватил вот такой кусочек вот [показывает: маленький] и в комнату пошел, ушел. Маленький был там совсем, годика два, наверное. У него лицо такое, как сказать, как налитое и морщинистое, как дед... старичок старенький. От мы испугались: чем его накормили. [смеется] Он рыбку кусочек съел. А-а... [на вдохе] Ох, я жене на работу звоню, вот, так и так. Она говорит: «Там “Димедрол” в бутылочке – в ложечку и дай выпить». Пять минут – всё прошло. Ну мы [смеется] с соседом а-а... [на вдохе] всё, капец. Ох испугались тогда.*

В то же время информант описывает происшествие, случившееся по неосторожности отца, вероятно, смех может быть спровоцирован неловкостью, поскольку мужчина невнимательно следил за ребенком. Поэтому можно предположить совмещение описанной функции с функцией стимуляции доброжелательного отношения.

**2.2. Стимуляция доброжелательного отношения.** Рассказывая о собственных болезнях, недостатках и т. п., диалектоносители могут прибегать к смеху, чтобы подтолкнуть собеседника к положительной (или нейтральной) оценке говорящего. При этом сам информант заранее дает себе негативную оценку:

• *Ой! Полудурушной совсем стала! Вот чё-нибудь это... чё скажут, и! я забыла. Чё-то положила, я забыла. Я говорю да чё такое. [Угу.] Надо... [смеется] Суп варю, надо соли сыпать, рядом, то плохо вижу. Сахара набухала! [смеется] Заместо... Заместо сахара может соли насыпать! Чё пона-ло-о. [смех]*

• *И напарим, туда и сахару, вот и брага. Голова закружится, и захочем, как дураки. [смеется]*

**2.3. Сглаживание.** Смех в данной функции призван смягчить неловкий ответ или неуместный вопрос:

• *[Скажите, а раньше девушки красились? Как-нибудь? Нет? Вообще?] Нет. [Нечем было или это некрасиво было?] Нечем. Другие, если кто хо'цет, спи'цьку сожгут и вот так вот чёрно спи'цькой натрут. [А брови чёрные красиво было? Делали ярче или как?] Я не знаю как, чё, чё определяли, я их никогда не красила, никого. [смеется]*

• *[Вы можете рассказать, как рожали, как готовились к родам?] [пауза] Никак не готовилась. [А как было, расскажите]. [смеется информант, затем собиратели]*

Функция сглаживания может проявляться в ответе на комплимент. Независимо от того, кто является инициатором похвалы: собеседник или сам диалектоноситель (позитивная самопрезентация), – представитель народной культуры может испытывать неловкость, которая выражается смехом:

*У меня уже суставы начинают болеть, э... так от. Но я ещё руками. Я и гимнастику делаю каждое утро. [смеется] Молодец! [собиратель смеется]*

**2.4. Проявление собеседником сочувствия.** Приведем пример, где смех производится, чтобы показать понимание дискомфорта и отсутствие неодобрения со стороны слушающего. В данном случае общение происходит с хорошо знакомыми людьми. В первом примере диалектоносительница рассказывает знакомой о деликатной проблеме со здоровьем, на что собеседница реагирует сочувственным смехом:

*Пошла утром в поурёб, полезла, подскользну'лась – и шара'хнулася, и всё. От болит задница у меня и всё, от больно, думаю – что ж оно у меня болит и всё. <...> Ну и, это, Саша. Колька мне повёз в больницу. <...> Ой, неудобно, и всё, это, вот тут он [доктор] мне урит: «От мать, как тебе ска, как Вам сказать, вот Вам, эти, подумали бы сами, даже [неразб.] уже пошло запах, как разрезал он мне – запах пошло. Но, уыт, у тебя, уыт, пошло бы заражение. Я урю, ну я чё, пошарю и пошарю, шишка-шишка, помажу её – опять мятным, это [усмехается]. Пряники пекли мятны, мятную эссенция принесла.*

Л.А.: «Эссенция». [смеется]

**3. Прагматическое несоответствие.** Третью группу составляют все случаи ироничного продуцирования смеха, когда существует противоречие между тем, что сказано, и тем, что на самом деле хотел выразить говорящий:

**3.1. Обозначение иронии.** Смех может служить сигналом для собеседника не воспринимать сказанное буквально, как, например, в следующем фрагменте, где информант рассказывает о проблеме с давлением, из-за чего женщина теряет сознание, поэтому ей приходится хранить записку 'упаковку таблеток':

*Всё время давление. <...> [Лекарства тоже дорогие, наверно?] Ой, дорогие. Три тыщи не хватает. [Много надо.] Тут ещё лекарства, тоже так. <...> Чё-то это у меня заначка [смеется]. А вот тут ещё целая, целая. Я кашляла шибко. [Неразб.] кашель всё равно заби... если чё, то опять забьёт. Вот эти вот от давления, которые вот эти, «скорая помощь». Здесь надо всё, чтобы она осталась. Таблетками пить или так. Вот <убрала>.*

**3.2. Пугающее цитирование.** В письменной коммуникации использование пугающего цитирования преследует цель намекнуть на то, что автор повторяет чьи-то слова, выступает против их использования, не учитывает способ их употребления и собирается предложить свои противоположные взгляды [Kierzek, Gibson, Willson 1977: 343; Finnegan 2011: 50]. Такие суждения применимы к нашему материалу устной речи, где аналогом кавычек может выступать смех, который позволяет выделить слово или фразу и тем самым обозначить наличие другого смысла или мнения. Проиллюстрируем этот тезис двумя контекстами:

- [Собиратели делают комплимент 77-летнему информанту: молодая женщина.] *Очень «молодая» [смеется], скажете тоже!*

• [разговаривает по телефону] *Анфíза Ива́нна, у меня сейчас сидят три девочки, они уже у меня были, они с института, они хотят Вас увидеть, поговорить, вы пус[тите]...* [слушает]. *Да? Ага-ага-ага, ну ладно-ладно, ладно, всего доброго.* [кладет трубку] *«Не-не-не-не. Я болею, я, девчат, гриппую».* [смеется] *Да боится, она боится.*

Как видно, смех непосредственно следует за цитируемым словом или высказыванием, далее информанты могут вербально объяснить несогласие.

**4. Смех без упоминания несоответствия.** Последнюю группу составляют ситуации, когда смех не связан с каким-либо несоответствием и является позитивным сигналом для собеседника (-ов). Таким образом, смех здесь выполняет функцию *объединения* и используется, чтобы выразить одобрение действия собеседника или показать дружелюбие, удовольствие.

Рассмотрим фрагмент, содержащий реакцию на комплимент, где смех может быть схож с реализацией функции социального несоответствия, однако здесь смех выражает не неловкость, а удовольствие от реплики собеседника:

*Ой, я старая, страшная, морщинистая. Вы присядьте. Поплотнее сюда, ко мне.* [фотографируются] *Ну молоденькие девчонки, хорошие какие.* [Вы как графиня!] *Кто, я?* [Такая стройная, осанистая.] [информант смеется]

## **Заключение**

В имеющихся материалах смех, как правило, нацелен на кооперацию. Насмешливый разобщающий смех представлен в единичных контекстах. Это можно объяснить тем, что, будучи включенными в ситуацию общения, участники стремятся создать дружескую атмосферу, которая помогает говорящим преодолеть негативные эмоции и свободно говорить о деликатных темах, связанных с телесностью.

Исследование показало, что классификация, представленная в исследовании С. Mazzocconi, Y. Tian, J. Ginzburg, применима к диалектному материалу. Однако часть контекстов (12 %) не удалось классифицировать ввиду недостаточного количества информации либо из-за несоответствия смеха предложенным функциям.

Думается, для диалектного дискурса можно выделить отдельным пунктом смех в рассказах о прошлом, воспоминаниях, поскольку такой смех не направлен на установление контакта либо на высмеивание. Более того, жанр воспоминания является одним из основных в ситуации общения с представителями традиционной культуры.

В коммуникации сельских жителей реализуются почти все функции смеха, предложенные в классификации. Исключение составляет функция лексической неопределенности, или редактирования фразы, примеры реализации которой в рамках темы 'человек физический' не обнару-

жены. 44 % контекстов включают смех, свидетельствующий о социальном несоответствии. В 29 % контекстов смех сообщает о приятном несоответствии. Этот факт можно объяснить ситуацией, в которой происходит коммуникация. Чтобы сделать общение более комфортным, участники беседы прибегают к смеху. 10 % контекстов содержат смех как выражение объединения (одобрения). Реже всего – в 5 % случаев – реализуется такая функция смеха, как выражение прагматического несоответствия. Предположительно это можно объяснить тем, что говорящий не хочет подвергать себя риску коммуникативной неудачи. Поскольку связи между участниками коммуникации нетесные, собеседник может не принять во внимание иронию из-за незнания обстоятельств, которые породили высказывание, ценностей представителей народной культуры и пр. Как отмечает А.А. Горностаева, исследующая феномен иронии и иронический дискурс, данное явление «часто характеризуется как притворство, неискренность» [Горностаева 2019: 997]. Чтобы ироническая игра стала успешной, коммуниканты должны быть подготовлены и ситуация должна быть подходящей.

Таким образом, гипотеза исследования в целом подтвердилась, в найденных контекстах было выявлено преобладание функций социального несоответствия и приятного несоответствия. При этом социальная функция смеха была реализована менее чем в половине всех ситуаций. Это отчасти связано с тем, что функции смеха оказались более разнообразными, чем предполагалось.

Проведенный анализ расширяет представление об экстралингвистических компонентах общения и вносит вклад в коммуникативное исследование речи сельских жителей.

Данное исследование является апробацией темы. Планируется продолжить изучение смеха в речи сельских жителей с учетом тематических и жанровых параметров диалектного корпуса.

### **Список литературы**

- Бутовская М.Л. Язык тела: Природа и культура (эволюционные и кросс-культурные основы невербальной коммуникации человека). М.: Научный мир, 2004. 440 с.
- Глухова О., Мячина Л., Тихвинский А., Троицкий С. Смех и коммуникация: Пятый международный гелологический конгресс // Новое литературное обозрение. 2021. № 3 (169). С. 437–451.
- Гольдин В.Е. Теоретические проблемы коммуникативной диалектологии: дис. ... д-ра филол. наук в виде науч. докл. Саратов, 1997. 52 с.
- Горностаева А.А. Ирония как культурный и языковой феномен // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. № 4. С. 990–1002. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-4-990-1002.
- Земичева С.С. Эмоциональные концепты «Плач» и «Смех» в дискурсе носителя народно-речевой культуры // Вестник Волгоградского государственного

- университета. Серия 2: Языкознание. 2019. Т. 18. № 3. С. 116–129. DOI: 10.15688/jvolsu2.2019.3.9.
- Иванцова Е.В.* Феномен диалектной языковой личности. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2002. 312 с.
- Карасик В.И.* Алгоритмы построения комических текстов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2018. Т. 22. № 4. С. 895–918. DOI: 10.22363/2312-9182-2018-22-4-895-918.
- Кибрик А.А.* Русский мультимедийный дискурс. Часть II. Разработка корпуса и направления исследований // Психологический журнал. 2018. Т. 39. № 2. С. 79–90. DOI: 10.7868/80205959218020083.
- Кузнецов Ю.А.* Лексико-семантическое поле смеха как фрагмент русской языковой картины мира: дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2005. 215 с.
- Паремусашивили Э.Э.* Непрямая коммуникация в структуре агрессивного речевого акта (на примере иронии и насмешки) // Вопросы когнитивной лингвистики. 2012. № 1 (030). С. 136–142.
- Подоло И.* Смайлики, улыбка и смех как социальный сигнал и индикатор эмоционального состояния в процессе коммуникации (сопоставительный анализ) // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. Т. 14. № 2. С. 80–90.
- Русина Е.А.* Сравнительный анализ параязыковых явлений в русских и английских художественных текстах: На материале романов И. Гончарова «Обрыв» и Т. Гарди «Тэсс из рода д'Эрбервиллей»: дис. ... канд. филол. наук. Курск, 2002. 215 с.
- Сисалиева Г.А.* Лексико-фразеологическое поле, репрезентирующее концепт «осмеяние» // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2009. Т. 11, № 4 (3). С. 784–802.
- Тарабульси Д.М.* Английские глагольные номинации смеха: системный и функционально-когнитивный подходы: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2017. 24 с.
- Турчик А.В.* Конверсационный анализ смеха в речевом взаимодействии: случай конструирования оценок власти // Социологический журнал. 2010. № 1. С. 21–36.
- Шаталова С.В.* Мифология смеха в прозе М.А. Булгакова 1920-х годов: дис. ... канд. филол. наук. Магнитогорск, 2008. 185 с.
- Finnegan R.* Why Do We Quote? The Culture and History of Quotation. Cambridge: Open Book Publishers, 2011. 343 p.
- Kierzek J.M., Gibson W., Willson R.F.* The Macmillan Handbook of English. New York: Macmillan Publishing Co., Inc., 1977. 520 p.
- Koestler A.* The Act of Creation. London: Hutchinson&Co, 1964. 751 p.
- Mazzocconi C., Tian Y., Ginzburg J.* What's your laughter doing there? A taxonomy of the pragmatic functions of laughter // IEEE Transactions on Affective Computing. 2020. Vol. 01. P. 1–19. DOI: 10.1109/TAFFC.2020.2994533.
- Provine R.R.* Laughter punctuates speech: Linguistic, social and gender contexts of laughter // Ethology. 1993. Vol. 95. P. 291–298.
- Raskin V.* Semantic Mechanisms of Humor. Dordrecht: D. Reidel P. Co., 1985. 284 p.

### References

- Butovskaya, M.L. (2004), *Yazyk tela: Priroda i kul'tura (evolyutsionnye i kross-kul'turnye osnovy neverbal'noi kommunikatsii cheloveka)* [Body language: Essence and culture (evolutionary and cross-cultural foundations of human non-verbal communication)], Moscow, Nauchnyi mir publ., 440 p. (in Russian).
- Finnegan, R. (2011), *Why Do We Quote? The Culture and History of Quotation*, Cambridge, Open Book Publishers, 343 p.
- Glukhova, O., Myachina, L., Tikhvinsky, A., Troitsky, S. (2021), "Laughter and communication": The fifth international gelological congress (Herzen State Pedagogical University of Russia, 29 May – 1 June 2019). *Novoe literaturnoe obozrenie* [New Literary Observer], No. 3 (169), pp. 437-451. (in Russian).
- Gol'din, V.E. (1997), *Teoreticheskie problemy kommunikativnoi dialektologii* [Theoretical problems of communicative dialectology], Prof. Thesis in the form of a scientific report, Saratov, 52 p. (in Russian).
- Gornostaeva, A.A. (2019), Irony as a cultural and language phenomenon. *RUDN Journal of language studies, semiotics and semantics*, No. 4, pp. 990-1002. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-4-990-1002. (in Russian).
- Ivantsova, E.V. (2002), *Fenomen dialektnoi yazykovoï lichnosti* [Phenomenon of a dialect linguistic persona], Tomsk, Tomsk University publ., 312 p. (in Russian).
- Karasik, V.I. (2018), Algorithms of comic texts construction. *Russian Journal of Linguistics*, Vol. 22, no. 4, pp. 895-918. DOI: 10.22363/2312-9182-2018-22-4-895-918. (in Russian).
- Kibrik, A.A. (2018), Russian multichannel discourse. Part II. A corpus development and avenues of research. *Psikhologicheskii zhurnal*, 2018, Vol. 39, no. 2, pp. 79-90. DOI: 10.7868/80205959218020083. (in Russian).
- Kierzek, J.M., Gibson W., Willson R.F. (1977), *The Macmillan Handbook of English*, New York, Macmillan Publishing Co., Inc., 520 p.
- Koestler, A. (1964), *The Act of Creation*, London, Hutchinson&Co publ., 751 p.
- Kuznetsov, Yu.A. (2005), *Leksiko-semanticheskoe pole smekha kak fragment russkoi yazykovoï kartiny mira* [Lexico-semantic field of laughter as a fragment of the Russian linguistic world view], PhD Thesis, St. Petersburg, 215 p. (in Russian).
- Mazzocconi, C., Tian, Y., Ginzburg, J. (2020), What's your laughter doing there? A taxonomy of the pragmatic functions of laughter. *IEEE Transactions on Affective Computing*, Vol. 01, pp. 1-19. DOI: 10.1109/TAFFC.2020.2994533.
- Paremuzashvili, E.E. (2012), Indirect communication in aggressive speech behavior (on examples of irony and mockery). *Issues of Cognitive Linguistics*, No. 1 (030), pp. 136-142. (in Russian).
- Podelo, J. (2016), Smileys, smile and laughter as social cues and indicators of emotional condition in the process of communication (comparative analysis). *NSU Vestnik. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, Vol. 14, no. 2, pp. 80-90. (in Russian).
- Provine, R.R. (1993), Laughter punctuates speech: Linguistic, social and gender contexts of laughter. *Ethology*, Vol. 95, pp. 291-298.
- Raskin, V. (1985), *Semantic Mechanisms of Humor*, Dordrecht, D. Reidel P.Co publ., 284 p.



- Rusina, E.A. (2002), *Sravnitel'nyi analiz parazykovykh yavlenii v russkikh i angliiskikh khudozhestvennykh tekstakh: Na materiale romanov I. Goncharova "Obryv" i T. Gardi "Tess iz roda d'Erbervillei"* [Comparative Analysis of Paralinguistic Phenomena in Russian and English Literary Texts: based on I. Goncharov's novel "Oblomov" and Th. Hardy's novel "Tess of the d'Urbervilles"], PhD Thesis, Kursk, 215 p. (in Russian).
- Shatalova, S.V. (2008), *Mifologiya smekha v proze M.A. Bulgakova 1920-kh godov* [The mythology of laughter in M.A. Bulgakov's prose of the 1920s], PhD Thesis, Magnitogorsk, 185 p. (in Russian).
- Sisalieva, G.A. (2009), The lexico-phraseological field representing the concept «Mockery». *Izvestia of Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*, Vol. 11, no. 4 (3), pp. 784-802. (in Russian).
- Tarabul'si, D.M. (2017), *Angliiskie glagol'nye nominatsii smekha: sistemnyi i funktsional'no-kognitivnyi podkhody* [English verbal nominations of laughter: systemic and functional-cognitive approaches], Author's abstract, Ufa, 24 p. (in Russian).
- Turchik, A.V. (2010), Laughter in interaction: analysis of conversations about authorities estimation. *Sociological Journal*, No. 1, pp. 21-36. (in Russian).
- Zemicheva, S.S. (2019), Emotional concepts "Crying" and "Laugh" in the discourse of the folk-speech culture keeper. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, Vol. 18, no. 3, pp. 116-129. DOI: 10.15688/jvolsu2.2019.3.9. (in Russian).

---

## FUNCTIONS OF LAUGHTER IN ORAL COMMUNICATION OF VILLAGERS (BASED ON MATERIALS OF TOMSK DIALECT CORPUS)

**D.P. Popova**

*Tomsk State University (Tomsk, Russia)*

**Abstract:** Gelology attracts the attention of a wide range of scientists, the phenomenon of laughter is studied by philosophers, psychologists, and linguists. This article is devoted to determining the functions of laughter in communication of villagers with each other and with interviewers. The issue is based on conversation analysis, the selection of material was carried out by the method of automatic information extraction. Contexts related to the topic 'Physical Man' and the subtopic 'Diseases and Treatment' were selected from the Tomsk Dialect Corpus. It is assumed that within the framework of the topic, laughter will mainly help to overcome embarrassment and allow speakers feel comfortable to speak about delicate topics related to physicality. Several functions of laughter are described: in a comical situation; in socially awkward situations; in case of pragmatic incongruity and in case of the absence of incongruity for showing approval. The study showed that various functions of laughter are realized in the communication of villagers. Laughter is the most common sign of social incongruity and pleasantness. Part of the contexts (10%) contains laughter as an expression of approval, support. Least of all, such a function of laughter is realized as an expression of pragmatic incongruity. In general, the functions of laughter turned out to be more diverse than expected.

**Key words:** laughter, laughter functions, oral speech, language of villagers, corpus linguistics, conversation analysis.

**For citation:**

Popova, D.P. (2022), Functions of laughter in oral communication of villagers (based on materials of Tomsk Dialect Corpus). *Communication Studies (Russia)*, Vol. 9, no. 2, pp. 328-342. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).328-342. (in Russian).

**About the author:**

**Popova, Darya Pavlovna**, Junior researcher of the Laboratory of Aggregate and Siberian Lexicography

**Corresponding author:**

Postal address: 34, Lenina pr., Tomsk, 634050, Russia

E-mail: popovadarp@gmail.com

**Acknowledgements:**

Prepared with the financial support of the Russian Science Foundation within the framework of scientific project No. 19-78-10015

**Received:** February 22, 2022

**Revised:** March 12, 2022

**Accepted:** March 24, 2022

Раздел III

---

**КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ  
В ИССЛЕДОВАНИЯХ  
ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА**





Part III

---

**COMMUNICATIVE ASPECTS  
IN THE STUDY OF LITERARY TEXTS**

## СТРАТЕГИИ КОММУНИКАЦИИ АВТОРА, ТЕКСТА И ЧИТАТЕЛЯ В СОВРЕМЕННОЙ ДРАМАТУРГИИ

**М.А. Кожина**

*Новосибирский государственный педагогический университет  
(Новосибирск, Россия)*

**Аннотация:** Рассматриваются стратегии коммуникации, которые используются современными драматургами для включения читателя в действие пьесы. Отмечается, что новейшая русская драматургия берет начало из движения «новой драмы» (или «новой новой драмы»), чьи представители для воздействия на аудиторию обращались к эстетике шока, показывая маргинальных героев в безобразном, отвратительном мире. Сегодня стратегии коммуникации между автором и читателем и воздействия на реципиента изменились. Исследователь ставит перед собой цель рассмотреть, каким образом драматурги, пришедшие вслед за авторами «новой драмы», выстраивают коммуникацию с читателем. Задачи, которые решаются в работе, заключаются в том, чтобы проанализировать произведения современной драматургии с точки зрения структуры действия, событийного ряда, композиционного построения, в связи с чем обнаружить в пьесах возможности для наиболее сильного подключения читателя к содержанию произведения. В качестве материала рассматриваются пьесы Ани Агаповой «Магазин ненужных вещей» и Даниила Гурского «activity: страх и трепет vol.1», в последние годы представленные на фестивале молодой драматургии «Любимовка». Выбранные пьесы интересны тем, что авторы используют нетипичные для драматургии конструкции, предполагающие новые для современной пьесы способы взаимодействия с читателем. В результате исследования делается вывод, что драматическое действие, вписанное в игровые структуры, позволяет активировать процессы восприятия, предоставить читателю свободу в толковании смысла и сделать его полноправным соавтором произведения.

**Ключевые слова:** автор, современная драматургия, современная пьеса, структура действия, читатель.

**Для цитирования:**

*Кожина М.А. Стратегии коммуникации автора, текста и читателя в современной драматургии // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 345–357. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).345-357.*

***Сведения об авторе:***

**Кожина Мария Александровна**, аспирант

ORCID: 0000-0002-8712-6604

***Контактная информация:***

Почтовый адрес: 630126, Россия, Новосибирск, ул. Вилуйская, 28

E-mail: m.kozhina@inbox.ru

***Дата поступления статьи:*** 14.02.2022

***Дата рецензирования:*** 15.02.2022

***Дата принятия в печать:*** 24.03.2022

**Введение**

К настоящему времени явление «новой драмы» (или, как его еще называют, «новой новой драмы»), возникшее в русской драматургии на рубеже XX и XXI вв., довольно хорошо изучено. В работах М. Липовецкого, О. Журчевой, И. Болотян, М. Сизовой, С. Вейгандт, Дж. Фридмана рассматриваются тематические и структурные особенности новейшей драматургии. В них говорится о появлении нового типа конфликта, выраженного в противостоянии человека и среды, когда герой (а героями «новой новой драмы» становились маргинальные персонажи), не способный разобраться в себе, попадал в мир, где отсутствовали какие-либо нравственные ориентиры. Герой и среда в пьесах обладали похожими характеристиками – поворачивались непривлекательными, теневыми сторонами, они были взаимосвязаны, но при этом боролись за свое существование или доминирование.

Стоит отметить, что в русской «новой новой драме» происходили процессы, похожие на те, что способствовали развитию направления “theater in-yer-face” в британской драматургии 1990–2000-х гг. Вместе с тем, как пишет М. Сизова, «новая драма» не имеет общеевропейских корней, «мы можем говорить лишь о некотором влиянии на отечественных драматургов британского театра Royal Court, активно проводящего семинары, раздающего гранты, осуществляющего совместные проекты, основанные на драматическом изучении остросоциальных проблем, что отчасти стимулировало развитие русских авторов в определенном направлении» [Сизова 2016: 6]. Тем не менее бросается в глаза, что характерными чертами и “theater in-yer-face”, и «новой новой драмы» были разговорный язык, пронизанный ненормативной лексикой, персонажи, проявляющие жестокость, а также грязное, запущенное пространство и неблагополучная социальная среда.

Чтобы создать театр, который стал бы альтернативой буржуазному, молодые драматурги и в России, и в Англии обратились к табуированным

темам. Например, насилие (и как его крайняя степень – изнасилование) стало определяющим мотивом произведений Сары Кейн – одной из самых заметных среди британских авторов, работавших в этом направлении. Как пишет Я. Вард, критики по отношению к ее пьесам почти всегда были настроены враждебно: «по словам одного из них, это был “отвратительный пир грязи”, а другой пришел к выводу, что автору “нужен не театр, а психиатр”» [Ward 2013: 225]. Похожее высказывание приводит Дж. Фридман, когда говорит о пьесах Николая Коляды, основателя уральской школы драматургии: «Коляда был одним из тех, кого недоброжелатели обвиняли в том, что он пишет “чернуху”. В общем понимании – это мрачные пьесы, где персонажи сквернословят и совершают отвратительные поступки. “Чернуха” была чем-то вроде перестроенной версии британских “рассерженных молодых людей” или “theater in-yer-face”» [Freedman 2010: 395].

Изображением безобразного драматурга старались вывести читателя и зрителя из себя (учтем «двойственную» природу драматургии, которая может восприниматься как написанный текст, а может быть материалом для сцены). Как пишет С. Измир, это была шоковая терапия – «стратегия, направленная на то, чтобы взбудоражить и исполнителей, и зрителей, избавить их от общепринятых реакций, поскольку в таких пьесах показывается более страшный, уродливый мир, чем тот, к которому привыкла публика» [Izmir 2017: 80]. Однако, если раньше было принято шокировать аудиторию, то драматурги, пришедшие на смену авторам «новой новой драмы», используют другие стратегии, чтобы включить реципиента в процесс коммуникации, и эти подходы сегодня мало изучены. Способами, помогающими активировать работу читателя (поскольку в дальнейшем мы будем говорить о драматургическом тексте, а не о постановке в театре, то воспринимающего будем называть читателем), на наш взгляд, становятся размыкание драматического действия, нетипичное построение событийного ряда и особое конструирование композиции, благодаря чему у читателя появляется определенная свобода в интерпретации произведения.

### **Материал и методы исследования**

Положения, связанные с присутствием автора и взаимодействием автора и читателя в художественном тексте, разрабатывались неоднократно, их можно найти в работах В.В. Виноградова, М.М. Бахтина, Ю.М. Лотмана, Б.О. Кормана, Р. Барта. Б.О. Корман, изучавший непосредственно драматургию, считает, что существуют два способа выражения авторской мысли: сюжетно-композиционный и словесный, – т. е. «автор может передавать свою позицию а) через разложение и соотношение частей и б) через речь действующих лиц» [Корман 1972: 86]. Позиция автора также может проявляться через вспомогательные средства, к которым исследователь

относит список действующих лиц, ремарки, указания для постановщика и актеров – таким образом, Корман определяет родовые черты драмы. О.С. Наумова добавляет к способам выражения авторского присутствия в пьесе «характеристики героев, данные другими персонажами, “внутренние” монологи-самохарактеристики, “говорящие” фамилии, эффектные сцены “под занавес”, реплики “в сторону”... и прочие» [Наумова 2008: 272]. Исследователь также отмечает, что немаловажную роль играют и другие формы выражения авторского сознания, например жанровая модель, которая определяет структурные основы художественного текста.

Мы учитывали эти положения (особенно касающиеся структуры пьесы и соотношения частей) и отталкивались, в первую очередь, от представлений, связанных с построением действия. Известно, что в литературе существуют «событие сюжетологии» и «событие нарратологии». Первое разворачивается в той действительности, о которой рассказывается в произведении, а второе – в действительности рассказывания, т. е. в мире автора и читателя. Таким образом, с одной стороны, в пьесе происходят события, в которых участвуют персонажи, и эти события связаны с преодолением героем какой-либо границы (пространственно-временной или психологической), очерченной внутри художественного мира (см.: [Лотман 1970]). С другой стороны, – принимается во внимание «точка зрения читателя и значимость для него, а не для героя, тех или иных границ как внутри произведения (включая изображенный процесс рассказывания), так и между произведением и его, читателя, действительностью» [Тамарченко 2011].

Стратегии взаимодействия автора, читателя и текста, которые предлагают современные драматурги, мы рассматривали на примере пьес Ани Агаповой «Магазин ненужных вещей» и Даниила Гурского «activity: страх и трепет vol.1». Эти пьесы были представлены на фестивале «Любимовка» (самом крупном конкурсе современной драматургии в России) в 2018 и 2019 гг. соответственно. Они привлекли наше внимание потому, что авторы в них выстраивают определенные игровые конструкции, помогающие включить читателя в драматическое действие. Для того чтобы проанализировать, как создаются условия коммуникации, мы рассмотрели способы организации действия, построения событий, создания композиционного единства и выявили, в соприкосновении с какими элементами у читателя появляется возможность проявить свободу и выбрать вариант интерпретации.

### **Результаты и обсуждения**

Действие пьесы Ани Агаповой «Магазин ненужных вещей» развивается в двух планах, и это выражено графически, так как каждый лист разделен на две части: с правой стороны представлен монолог о работе психоневрологических интернатов: *в павловске, например, раньше, до то-*



го, как туда пришла вот инициатива волонтерская, смертность была в среднем сто человек в год. туда просто помещали детей – они умирали. ну потому что дети сильно особенно реагируют на недостаток эмоционального общения, и когда с детьми не общаются – они просто умирают; с левой стороны – текст, в котором запечатлены фантазии детей из ПНИ – причудливый, алогичный мир их сознания: *мы в последнем нашем сне нашли еще какую-то дверь. мы вошли в другое пространство мира. полубимый мир что ли? много полубимов живет. они не люди, они летающие существа. они живут на вешалках. они живут в облике темноты. гардероб превращается в темноте в лес, где живет много полубимов.* Подобный паратекстуальный прием во многом нарушает четкую структурную организацию действия и предполагает возможность обращения к ризоме как способу организации текста.

Вспомним слова Ю.М. Лотмана о том, что существуют две возможности взаимодействия автора и читателя: во-первых, случай, когда код, которым пользуется автор, совпадает с кодом воспринимающего; во-вторых, случай, когда реципиент навязывает тексту свой художественный язык, чем часто разрушает структуру авторского сообщения. «При этом могут возникать системы, которые будут организовывать случайные элементы текста, придавая им значимость, – пишет Ю.М. Лотман. – Так, при переходе от передающего к принимающему количество значимых структурных элементов может возрастать» [Лотман 1970: 36]. В пьесе «Магазин ненужных вещей» драматург не заботится о том, чтобы его код был правильно дешифрован, так как предоставляет читателю право свободно взаимодействовать с текстом. Реципиент может распределять внимание так, как считает нужным, не только в вычленении главного (к этому мы еще вернемся), но и в самом способе чтения. Структура пьесы позволяет читать колонки по очереди – знакомиться сначала с субъективным миром персонажей (детей, живущих в ПНИ), а потом с объективной реальностью, или наоборот. Другими словами, воспринимать части текста обособленно, складывать два параллельно развивающихся сюжета. Кроме того, можно читать текст постранично (сначала одну колонку на странице, затем другую), выявляя смысловые связи между фрагментами, и тогда появляется возможность соотнести внешние и внутренние события.

Обратим внимание на то, что в теории драмы существуют представления о внешнем и внутреннем действии (см.: [Хализев 1986]). «Крайнее выражение внешнего действия – американские action, где все движение действия происходит по поверхности... фабулы, – пишет по этому поводу П. Богданова. – Внутреннее действие пролегает под текстом и фабулой» [Богданова 2016: 192]. Разделение на внутреннее и внешнее действие, по ее мнению, связано с переворотом, совершенным исторической «новой драмой» на рубеже XIX и XX вв., когда А.П. Чехов значительно усилил внутреннее действие и погрузил его глубоко под текст, с чего и началось раз-

рушение классической драмы. В связи с этим приведем замечание О. Журчевой о том, что в новейшей драматургии источник драматизма заключается в «противоречии между внешне незначительным смыслом слов (действующих лиц. – М. К.) и таящимся в них глубоким подтекстом» [Журчева 2007: 142]. Таким образом, можно сказать, что в пьесе Ани Агаповой происходит разделение текста и подтекста, когда в правой части мы видим текст – рассказ о социальной проблеме (жизни людей в ПНИ), а в левой проявляется подтекст – интересный, странноватый мир детей, которые разговаривают с фонарем, размышляют о дружбе или придумывают себе магазин ненужных (таких же, как и они) вещей.

Рамки пьесы драматург задает с помощью композиции, помогающей сориентировать читателя. Используя такую нетипичную конструкцию, Аня Агапова обращается к классическому построению пьесы, восходящему «к аристотелевской идее перипетии (“перемены делаемого в противоположность”) как ядра драматического действия: его развитие, приближающее героя и зрителя к перипетии, со временем стали считать “восходящей линией”, а после этого момента – нисходящей» [Тамарченко 2008: 105]. В «Магазине ненужных вещей» драматург выделяет элементы композиции, которые можно встретить в греческой трагедии: пролог, эпизоды, финал и эпилог, – помещая разомкнутое действие в герметичную композиционную форму. Правда, определить моменты драматического перелома, нарастания напряжения и его ослабления в этой структуре сложно. Выделить главное должен читатель, руководствуясь своими ассоциациями, соответственно, от этого главного зависит, в какой момент закончится «подъем» и в какой начнется «спад» действия.

Подчеркнем, что события происходят только в «подтексте», т. е. в той части, где герои рассказывают про свои сны и фантазии, – автор новаторски совмещает две, казалось бы, несовместимые системы, используя элементы классической и неклассической драматургии. Событиями мы, вслед за Б.О. Костелянцем, считаем перемены в ситуациях, в людях, в отношениях, они, в свою очередь, порождают новые противоречия и перемены, которые в итоге разрешаются (см.: [Костелянец 2007]). События, например ссора Сережи с фонарем, а после их примирение, влияют на самочувствие персонажей, а не на внешнюю ситуацию – внимания к проблемам людей, живущих в психоневрологических интернатах, в глобальном смысле не становится больше. Но мы можем считать эти локальные происшествия драматическими событиями, потому что внутренний мир персонажей здесь важнее (и, надо сказать, интереснее) того, что происходит вокруг. Драматург дает читателю подсказку и эпилог пьесы выводит в фантазийное пространство, показывая, что дети продолжают жить своими представлениями и иллюзиями, в которых: *из прически юрия антонова появляется курица. курица клюет фонарь. курица пьет чай с сахаром. курица берет в руки карандаш. курица пишет: Я ПИШУ КАК КУРИЦА*

*ЛАПОЙ. А ВСЕ ЭТО ВАМ ПРИСНИЛОСЬ*, – а внешняя ситуация как будто разрешается (устраняется) сама собой.

О.В. Журчева отмечает, что в ситуации рубежа XX и XXI вв. драма и театр потеряли жизнестроительную функцию: «Само театральное пространство с его вертикальным и горизонтальным космосом разрушилось под влиянием новых театральных форм. Мир стал дискретен, и театр отразил эту разорванность и разобщенность мира отсутствием космоса и космогонии внутри собственно театрального пространства» [Журчева 2010: 196]. В пьесе Ани Агаповой (напомним, что мы рассматриваем пьесы последних лет, которые к движению «новой драмы» уже не имеют отношения) ощущается дискретность мира, его разобщенность, но у каждого персонажа есть свой «космос», где можно спрятаться, и читатель, изучая это пространство, оказывается в ситуации со-бытия с героями.

Даниил Гурский идет дальше и предлагает более радикальную форму – пьеса «activity: страх и трепет vol.1» построена как игра. В ней есть игровое поле, фигурки Авраама разных цветов, карточки, разложенные по категориям «Сюжет», «Кьеркегор», «Маленький мальчик», «Философия. Культура. Искусство», «Мифология», «Музыкальная пауза», «Путин и дети», «Без названия», и две карточки «Старт» и «Финиш». Структура пьесы предполагает активную позицию читателя, поскольку ему необходимо пройти игру от начала до конца, к тому же сделать это нужно не наедине с собой, как обычно складывается процесс чтения, а в компании других игроков. Читатель находится в обстоятельствах, когда от него требуются действия, и эта ситуация противоречива, так как одновременно возникают нетерпение (назовем его азартом), вызванное тем, что нужно быстрее добраться до финиша, и тревожность, связанная с сюжетом и контекстом, которые погружают участников в атмосферу надвигающейся катастрофы.

Предчувствие страшного возникает, во-первых, при работе на игровом поле, по которому движутся фигурки Авраама, – их перемещение автор предваряет словами притчи:

*Бог искушал Авраама и сказал ему:*

*– Авраам!*

*Он сказал:*

*– Вот я.*

*Бог сказал:*

*– Возьми сына твоего, единственного твоего, которого ты любишь, Исаака; и пойди в землю Мориа и там принеси его во всесожжение на одной из гор, о которой Я скажу тебе.*

*Авраам встал рано утром, оседлал осла своего, взял с собою двоих из отроков своих и Исаака, сына своего; наколот дров для всесожжения, и, встав, пошел на место, о котором сказал ему Бог...*

Во-вторых, предощущение трагического связано с сюжетом пьесы – историей отца, воспитывающего ребенка с особенностями, и их столкновениями с миром, отталкивающим «ненормативное».

Несмотря на то, что действие разъято, и фрагменты в каждой игре складываются по-новому (здесь важен момент случайности), можно предположить, что сюжет участниками всё равно считывается. В этом случае свободы у читателя нет, поскольку трактовать части пьесы по-разному невозможно – драматург не делает их вариативными. Если в «Магазине ненужных вещей» главное определяется читателем ассоциативно, то в пьесе Гурского действие выражено более конкретно. В каждой карточке, связанной с сюжетом, происходит событие, когда ребенок, непохожий на других, оказывается уязвим. Все эти события имеют отношение к повседневной жизни: поездка в такси, досмотр в аэропорту, визит в поликлинику, общение в детском саду. Все они переживаются героем-отцом, который копит агрессию по отношению к миру, и читатель-участник ощущает возрастающее напряжение, в каком бы порядке эти события не выстраивались.

Интересно, что главное событие (двойное убийство, совершенное героем, – взрыв напряжения) в пьесе не показывается. Читатель узнаёт о нем из карточек «Старт» и «Финиш», обрамляющих действие (драматург, таким образом, выстраивает жесткую композиционную структуру), но важность этого события снимается – у читателя остается возможность воспринять его как воображаемое. Таким образом, свобода интерпретации в пьесе связана не с прочтением сюжета, а с тем, какую позицию займет воспринимающий по отношению к герою – станет обвинителем или адвокатом, спасет его от совершения убийства (как ангел в притче об Аврааме) или заставит пойти на преступление. Читатель, с одной стороны, берет на себя часть функций драматического героя, а именно функцию совершения выбора, которая делает его читателем действующим, а с другой – выполняет функции автора-творца, поскольку находится над драматической ситуацией, и это превращает читателя в полноценного соавтора пьесы.

Стоит отметить, что новые стратегии коммуникации автора, текста и читателя развиваются из постмодернизма, утвердившего, что воспринимающий не должен быть пассивным субъектом и следовать инструкциям автора (имеет смысл также поговорить о «постдраматическом», но это тема для отдельного исследования). Как пишет П.М. Розенау, «постмодернизм предоставил читателю свободу в том, чтобы придавать тексту любые значения без каких-либо последствий и ответственности» [Rosenau 1992: 25]. Читатель и текст оказались взаимосвязаны и легко могли меняться местами – читатель, интерпретирующий текст, вдруг понимал, что текст начинал им манипулировать. Постмодернистский текст воспринимался как текст «во множественном числе», настолько открытый и расплывчатый, что предполагал бесконечное число интерпретаций, а процесс чтения – как путешествие по разным реальностям и построение, моделирование текста.

Сегодня ситуация изменилась, во всяком случае в современной русской драматургии крайне редко встречаются пьесы, предполагающие бесчисленное множество толкований (иногда такие пьесы попадают в fringe-программу «Любимовки»). Как правило, при взаимодействии с текстом читатель получает определенную свободу, но она ограничена несколькими, продуманными автором, вариантами. Возможно, это связано с тем, что драматургия ограничена во времени и пространстве (по сравнению, например, с эпическими произведениями), поэтому она предлагает меньше вариантов прочтения. Однако, согласимся с О.С. Наумовой, которая ссылается на идею А. Компаньона о том, что «местом образования единства текста является именно читатель, а не автор, предназначение, а не происхождение текста» (цит. по: [Наумова 2008: 270]). Исследователь подчеркивает, что это утверждение будет верным, если читать текст «по-бартовски» и воспринимать его именно как «деятельность, игру цитат, языков культур, в которую включается читатель и которая идет в произведении помимо сознания автора» [Барт 1989: 353].

### **Заключение**

Мы рассмотрели стратегии коммуникации, которыми пользуются современные драматурги, на примерах пьес «Магазин ненужных вещей» Ани Агаповой и «activity: страх и трепет vol.1» Даниила Гурского. Можем сказать, что сегодня драматурги продолжают практику авторов «новой драмы», про которых С. Болгова замечает, что они разрушили «привычные представления о драматическом действии, как о последовательности событий, протекающих на сцене, связанных с поведением и изменением персонажей и событиях словесных, обусловленных драматургическим диалогом» [Болгова 2014: 64]. Сегодня авторы тоже выстраивают структуры, в которых действие уходит на второй план, становится способом организации сюжета и переходит в область восприятия читателя.

В выбранных пьесах мы обнаружили, что авторы размыкают действие – в каждом случае оно держится за счет четко выстроенной композиции («классические» элементы композиции у Агаповой и карточки начала и финала у Горского). Событийный ряд драматургии выстраивают по-разному. В первом случае действие разворачивается во внутреннем мире персонажей, и события, происходящие с ними, не влияют на ситуацию в реальности. Во втором события складываются в случайном порядке – нужно собрать их последовательность и выстроить связи с «контекстуальными» карточками. Драматурги предлагают читателю взаимодействовать с игровыми структурами, в которых он может выбирать главное (или решать, будет ли главное для автора – главным для читателя), выстраивать ассоциативные связи между элементами текста, оценивать состояние персонажей и подключаться или не подключаться к ним. На наш взгляд, способность эмпатически отнестись к персонажу становится

ключевой – читатель открывает для себя мир чужих переживаний и может выбрать, чем закончится история героя в пределах пьесы – есть ли для него выход из тех ситуаций, в которые его помещает драматург, или нет. В этом проявляется действенная роль читателя, способного решать, каким образом будет развиваться действие пьесы.

### **Список литературы**

- Барт Р.* Избранные работы. Семиотика. Поэтика: пер. с фр. М.: Прогресс, 1989. 616 с.
- Богданова П.* Постдраматический театр // Современная драматургия. 2016. № 2. С. 191–194.
- Болгова С.* Особенность события, продвигающего сюжет в пьесе В. Леванова «Геронтофобия» // Новейшая драма рубежа XX–XXI веков: проблема действия: материалы и докл. VI науч.-практ. семинара, посвящ. памяти Вадима Леванова (Самара, 26–27 апр. 2013 г.) / под общ. ред. Т.В. Журчевой. Самара: Самарский университет, 2014. С. 64–72.
- Журчева О.В.* Природа конфликта в новейшей драме XXI века // Современная драматургия. 2010. № 4. С. 195–198.
- Журчева О.В.* Автор в драме. Самара: Изд-во СГПУ, 2007. 418 с.
- Корман Б.О.* Изучение текста художественного произведения. М.: Просвещение, 1972. 113 с.
- Костелянец Б.О.* Драма и действие: лекции по теории драмы. М.: Совпадение, 2007. 502 с.
- Лотман Ю.М.* Структура художественного текста. М.: Искусство, 1970. 384 с.
- Наумова О.С.* Проблема автора в современной драматургии // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Серия «Педагогика и психология», «Филология искусствознание». 2008. № 1. С. 267–274.
- Сизова М.И.* «Новая драма»: история и география // Новейшая драма рубежа XX–XXI вв.: предварительные итоги: коллектив. моногр. Самара: Изд-во Самар. ун-та, 2016. С. 6–15.
- Тамарченко Н.Д.* Проблема события в литературном произведении (сюжетологические и нарратологические аспекты) // Narratorium. 2011. № 1–2. URL: <http://narratorium.rggu.ru/article.html?id=2027585> (дата обращения: 09.02.2022).
- Тамарченко Н.Д.* Конфликт драматический // Поэтика: слов. актуал. терминов и понятий. М.: Изд-во Кулагиной: Intrada, 2008. С. 104–105.
- Хализев В.Е.* Драма как род литературы (поэтика, генезис, функционирование). М.: Изд-во МГУ, 1986. 260 с.
- Freedman J.* Contemporary Russian Drama: The Journey from Stagnation to a Golden Age // Theatre Journal. 2010. Vol. 62. No. 3. P. 395–401.
- Izmir S.* The Oscillation Between Dramatic and Postdramatic Theatre: Mark Ravenhill's "Shopping and F\*\*\*ing" // A: Arbeiten aus Anglistik und Amerikanistik. 2017. Vol. 42. No. 1. P. 71–99.
- Rosenau P.M.* Abandoning the author, transforming the text, and re-orienting the reader // Rosenau P.M. Post-modernism and the social sciences: insights, inroads, and intrusions. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1992. P. 25–41.

Ward I. Rape and Rape Mythology in the Plays of Sarah Kane // *Comparative Drama*. 2013. Vol. 47. No. 2. P. 225–248.

### **Источники**

- Агапова А. Магазин ненужных вещей // Любимовка-2018: шорт-лист. URL: <https://lubimovka.ru/images/2018plays/short/agapova-magazin-nenugnih-veschey.pdf> (дата обращения: 08.02.2022).
- Гурский Д. Activity: страх и трепет vol.1 // Любимовка-2019: шорт-лист. URL: [https://lubimovka.ru/images/2019plays/short/Gurskiy\\_strah\\_i\\_trepet.docx](https://lubimovka.ru/images/2019plays/short/Gurskiy_strah_i_trepet.docx) (дата обращения: 10.02.2022).

### **References**

- Bart, R. (1989), *Selected works. Semiotics. Poetics*, Moscow, Progress publ., 616 p. (in Russian).
- Bogdanova, P. (2016), Postdramaticheskii teatr [Postdramatic theater]. *Sovremennaya dramaturgiya*, No. 2, pp. 191-194. (in Russian).
- Bolgova, S. (2014), Osobennost' sobytiya, prodvigayushchego syuzhet v p'ese V. Levanova "Gerontofobiya" [Feature of the event that promotes the plot in the play by V. Levanov "Gerontophobia"]. Zhurcheva, T.V. (ed.) *Noveishaya drama rubezha 20-21 vekov: problema deistviya* [The latest drama at the turn of the 20th–21st centuries: the problem of action], materials and reports of the 6th scientific and practical seminar dedicated to the memory of Vadim Levanov (Samara, April 26-27, 2013), Samara, Samarskii Universitet publ., pp. 64-72. (in Russian).
- Freedman, J. (2010), Contemporary Russian drama: the journey from stagnation to a golden age. *Theatre Journal*, Vol. 62, no. 3, pp. 395-401.
- Izmir, S. (2017), The oscillation between dramatic and postdramatic theatre: Mark Ravenhill's "Shopping and F\*\*\*ing". *A: Arbeiten aus Anglistik und Amerikanistik*, Vol. 42, no. 1, pp. 71-99.
- Khalizev, V.E. (1986), *Drama kak rod literatury (poetika, genesis, funkcionirovanie)* [Drama as a kind of literature (poetics, genesis, functioning)], Moscow, Moscow State University publ., 260 p. (in Russian).
- Korman, B.O. (1972), *Izuchenie teksta khudozhestvennogo proizvedeniya* [Studying the text of a work of art], Moscow, Prosveshchenie publ., 113 p. (in Russian).
- Kostelyanets, B.O. (2007), *Drama i deistvie* [Drama and action], lectures on drama theory, Moscow, Sovpadenie publ., 502 p. (in Russian).
- Lotman, Yu.M. (1970), *Struktura khudozhestvennogo teksta* [The structure of the literary text], Moscow, Iskusstvo publ., 384 p. (in Russian).
- Naumova, O.S. (2008), Problema avtora v sovremennoi dramaturgii [The problem of the author in contemporary drama]. *Proceedings of the Samara scientific center of the Russian academy of sciences, Series "Pedagogy and psychology", "Philology of art history"*, No. 1, pp. 267-274. (in Russian).
- Rosenau, P.M. (1992), Abandoning the author, transforming the text, and re-orienting the reader. Rosenau, P.M. *Postmodernism and the social sciences: insights, inroads, and intrusions*, Princeton, New Jersey, Princeton University Press, pp. 25-41.
- Sizova, M.I. (2016), "Novaya drama": istoriya i geografiya ["New Drama": history and geography]. *Noveishaya drama rubezha 20-21 vv.: predvaritel'nye itogi* [The lat-

- est drama at the turn of the 20th-21st centuries, preliminary results], a Collective Monograph, Samara, Samara University publ., pp. 6-15. (in Russian).
- Tamarchenko, N.D. (2011), Problema sobytiya v literaturnom proizvedenii (syuzhetologicheskie i narratologicheskie aspekty) [The problem of an event in a literary work (plotological and narratological aspects)]. *Narratorium*, No. 1-2, available at: <http://narratorium.rggu.ru/article.html?id=2027585> (accessed date: February 9, 2022). (in Russian).
- Tamarchenko, N.D. (2008), Konflikt dramaticheskii [Dramatic conflict]. *Poetics*, a Dictionary of actual terms and concepts, Moscow, Kulagina publ., Intrada publ., pp. 104-105. (in Russian).
- Ward, I. (2013), Rape and rape mythology in the plays of Sarah Kane. *Comparative drama*, Vol. 47, no. 2, pp. 225-248.
- Zhurcheva, O. (2010), Priroda konflikta v noveishei drame 21 veka [The nature of the conflict in the latest drama of the 21st century]. *Sovremennaya dramaturgiya*, No. 4, pp. 195-198. (in Russian).
- Zhurcheva, O.V. (2007), *Avtor v drame* [Author in drama], Samara, Samara State Pedagogical University publ., 418 p. (in Russian).

### **Sources**

- Agapova, A. (2018), Magazin nenuzhnykh veshchei [Junk item store]. *Lubimovka-2018: short-list*, available at: <https://lubimovka.ru/images/2018plays/short/agapova-magazin-nenugnih-veschey.pdf> (accessed date: February 8, 2022). (in Russian).
- Gursky, D. (2019), Activity: strakh i trepet vol.1 [Activity: fear and awe vol.1]. *Lubimovka-2019: short-list*, available at: [https://lubimovka.ru/images/2019plays/short/Gurskiy\\_strah\\_i\\_trepet.docx](https://lubimovka.ru/images/2019plays/short/Gurskiy_strah_i_trepet.docx) (accessed date: February 10, 2022). (in Russian).

---

## **COMMUNICATION STRATEGIES OF THE AUTHOR, TEXT, AND READER IN CONTEMPORARY DRAMA**

**M.A. Kozhina**

*Novosibirsk State Pedagogical University (Novosibirsk, Russia)*

**Abstract:** The article discusses the communication strategies used by contemporary playwrights to include the reader in the action of the play. The author of the article notes that the latest Russian drama originates from the “new drama” (or “new new drama”) movement, whose representatives turned to the aesthetics of shock to influence the audience, showing marginal characters in an ugly, disgusting world. Today, the communication strategies between the author and the reader and the impact on the recipient have changed. The researcher aims to consider how the playwrights who came after the authors of the “new drama” build communication with the reader. The tasks that are solved in the work are to analyze the works of modern drama from the point of view of the structure of the action, the series of events, compositional construction and to find in the plays the possibilities for the strongest connection of the reader to the content of the work. As material, the plays by Anya Agapova (“Shop of unnecessary things”) and Daniil Gursky (“activity: fear and awe vol.1”), presented at the festival of young drama-



turgy “Lubimovka” in recent years, are considered. The selected plays are interesting in that the authors use constructions that are atypical for dramaturgy, suggesting new ways of interacting with the reader for a contemporary play. As a result of the study, the author of the article comes to the conclusion that the dramatic action, inscribed in the game structures, allows you to activate the processes of perception, give the reader freedom in interpreting the meaning and make him a full-fledged co-author of the work.

**Key words:** author, contemporary drama, contemporary play, action structure, reader.

**For citation:**

Kozhina, M.A. (2022), Communication strategies of the author, text, and reader in contemporary drama. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 9, no. 2, pp. 345-357. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).345-357. (in Russian).

**About the author:**

**Kozhina, Mariya Aleksandrovna**, postgraduate student

*ORCID*: 0000-0002-8712-6604

**Corresponding author:**

Postal address: 28, Vilyuiskaya ul., Novosibirsk, 630126, Russia

E-mail: m.kozhina@inbox.ru

**Received:** February 14, 2022

**Revised:** February 15, 2022

**Accepted:** March 24, 2022

## СПЕЦИФИКА «ЯЗЫКА ВОЕННОГО ОБИХОДА» И ЕЕ ОТРАЖЕНИЕ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ (РУССКО-ЧЕШСКИЕ ПАРАЛЛЕЛИ)

**А.В. Савченко**

*Государственный университет Чжэнчжи (Тайбэй, Тайвань)*

**Аннотация:** Объектом рассмотрения выступают случаи цитирования так называемого военного языка (resp. языка военного обихода). Использование данных единиц текста как одного из средств создания иронии имеет очевидную интертекстуальную соотнесенность. Одной из основных функций использования элементов военного языка, как в любом произведении военной тематики, является создание эффекта аутентичности происходящего. Традицию использовать такие элементы в качестве яркого образного экспрессивно-выразительного средства в чешской литературе заложил Я. Гашек в романе «Похождения бравого солдата Швейка». Его последователи, в частности чешский писатель Й. Шкворецкий, русский автор В. Пухов и мн. др., во многом продолжают данную гашековскую традицию: в своих текстах они используют целый спектр разнородных по типу и различных по стилистико-прагматическим характеристикам элементов языка армейского дискурса, которые подвергаются контекстуальным трансформациям и обыгрываниям, создавая тем самым определенные смысловые контрасты. Подобные смысловые контрасты в текстах Й. Шкворецкого и В. Пухова возникают благодаря игре стилей: лаконичный, обезличенный, лишенный образности язык различных военных сообщений сопровождается шутивно-ироничным авторским комментарием или оказывается в заведомо комичном, а порой и откровенно абсурдном контекстуальном окружении (в нелепой, (траги)комичной по своей сути контекстуальной ситуации), благодаря чему комический эффект многократно увеличивается. В статье рассмотрены основные типы цитации элементов военного языка, включая единицы так называемого «армейского фольклора», и их стилистико-прагматическая роль в структуре художественного произведения.

**Ключевые слова:** армейский дискурс, военный дискурс, военный язык, интертекстуальность, идиостиль, стилистика и прагматика художественного текста, военный жаргон, армейский фольклор.

**Для цитирования:**

*Савченко А.В.* Специфика «языка военного обихода» и ее отражение в художественном тексте (русско-чешские параллели) // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 358–378. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).358-378.

**Сведения об авторе:**

**Савченко Александр Викторович**, кандидат филологических наук, ассистент-профессор

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 11674, Тайвань, Тайбэй, р-н Вэньшань, ул. Чжинань, 64, 2

E-mail: savchenko75@mail.ru

**Дата поступления статьи:** 09.02.2022

**Дата рецензирования:** 18.02.2022

**Дата принятия в печать:** 24.03.2022

**Введение**

Наблюдения за живой разговорной речью представителей различных слоев общества и социальных групп, с одной стороны, дают нам общее представление о характере языка в определенный период, с другой – позволяют определить характер происходящих в нем динамических процессов; анализ речевых особенностей, свойственных той или иной социальной группе носителей данного (литературного) языка, выявляет как общие тенденции в его развитии, так и обнаруживает отклонения от действующей нормы, что, в свою очередь, дает возможность создавать описание и производить типологизацию подобных отклонений, выяснять причины их возникновения, а также, вероятно, прогнозировать возможную корректировку (геср. изменение) существующих норм. Однако основной исследовательский интерес представляет сама природа нередкой «языковой неправомерности» в речи как носителей языка в целом, так и внутри отдельных (в том числе закрытых) социальных групп. Нередко подобные «неправомерности» оказываются характерной приметой данной социальной или профессиональной группы, на основе которых формируются те или иные социолекты, черты которых проникают и в повседневный языковой обиход (как, например, влияние так называемого «блатного языка», криминального жаргона, «фени» на современный разговорный русский язык), иногда становясь хорошо узнаваемой «языковой приметой», маркером конкретной социальной или профессиональной группы (категории). Одной из таких маркированных с точки зрения языкового выражения социальных групп можно считать армию.

Особая отличительная черта армии состоит в том, что в нее входят представители практически всех основных социальных групп и слоев общества, отличающихся друг от друга по происхождению, степени культурного развития, социальному положению и, соответственно, по характеру языкового выражения. Кроме того, такой тип языкового выражения может служить специфическим текстообразующим элементом и особым экспрессивно-выразительным средством в художественном тексте.

Особенности и специфика варианта национального литературного языка, используемого внутри армии как отдельной особой социальной группы, который характерен для военных (как профессиональных, так и военнослужащих, призванных на действительную военную службу), формируют особый военный дискурс, черты которого часто оказываются легко узнаваемыми и вне его пределов. Более конкретным, связанным непосредственно с прохождением службы в армии (т. е. несение повседневной воинской службы) подтипом военного дискурса можно считать армейский дискурс.

Анализ обозначенной проблемы именно в рамках армейского дискурса (как частной реализации более широкого по функционально-тематическому охвату – военного) дает нам возможность осуществлять наше исследование в более широком лингводискурсивном пространстве. «Язык армии» не только отражает многие характерные черты и реалии повседневного армейского обихода, но и впитывает в себя некоторые языковые элементы «извне»: отдельные реалии «гражданской» жизни, прецедентные феномены различного типа (цитаты из литературных текстов и популярных, широко известных песен, киноцитаты, анекдоты, прецедентные феномены, связанные с эстрадой и шоу-бизнесом, и т. п.), элементы канцелярита и официально-делового стиля (непосредственно не связанного с военной сферой, армией). Как уже отмечалось выше, многие особенности военного языка оказываются хорошо узнаваемыми и нередко используются в качестве шуток, элемента языковой игры, создания комического эффекта, стилистического контраста и т. п.

Таким образом, говоря о военном дискурсе в широком смысле (который включает в себя армейский дискурс как видовое понятие), можно в целом опереться на его дефиницию, данную Ю.Н. Сдобновой: «военный дискурс – особо регламентированное институциональное речепроизводство, характерное для ВС (Вооруженных Сил. – А. С.) в совокупности всех коммуникативных реализаций и в единстве с социокультурными, прагматическими, психологическими факторами, т. е. с теми факторами, которые перманентно влияют на его вербализацию и восприятие в рамках института ВС» [Сдобнова 2014: 22]. Коротко характеризуя данный дискурс, его структуру, приведем представляющуюся нам весьма удачной формулировку Т.С. Юсуповой, которая предлагает разделить военный дискурс на две основные части: формальный и неформальный военный дискурс. Отдельно также выделена группа, занимающая промежуточное положение и обладающая, по мнению автора, междискурсивным статусом, куда относятся военно-художественная литература, военная публицистика и военно-политические материалы, которые являются военными только тематически и обладают чертами, присущими всем общественно-политическим, публицистическим и художественным текстам. Таким образом, под формальным военным дискурсом мы понимаем официальное,

«профессиональное» устное и письменное общение (включая язык официальных документов). Неформальный военный дискурс, в свою очередь, включает в себя непосредственно неформальное общение в военной среде, армейский жаргон, а также военный анекдот, занимающий особое место в системе неформальной коммуникации [Юсупова 2009: 1055]. Еще раз подчеркнем, что используемые нами в статье термины *армейский дискурс* и *военный дискурс* схожи, но не тождественны: армейский дискурс, по нашему мнению, представляет собой профессиональное (в том числе неформальное) общение внутри армии как закрытой социальной подсистемы, выражает и отражает различные реалии повседневной армейской жизни. Военный дискурс, в свою очередь, является родовым понятием для армейского и включает в себя все элементы и черты, связанные с армией и всеми непосредственно выполняемыми ей задачами и функциями (включая непосредственно ведение боевых действий: военные конфликты, войны и т. п.) [Савченко 2020: 120].

Отметим, что многочисленные элементы «армейского языка», с помощью которого в повествование вводятся различные реалии военной жизни, широко и разнообразно представлены в целом ряде литературных текстов, описывающих быт и нравы армии. Несомненно, одним из самых известных подобных текстов в мировой литературе является роман чешского писателя Я. Гашека «Похождения бравого солдата Швейка» (*Osudy dobrého vojáka Švejka*). В русской литературе XX в. можно выделить целое направление так называемой военной прозы (В. Некрасов, Г. Бакланов, В. Быков и др.), посвященной Великой Отечественной войне, а также такие произведения на повседневную, «будничную» армейскую тематику, как повести С. Каледина «Стройбат» и Ю. Полякова «Сто дней до приказа», роман «Жизнь и необычайные приключения солдата Ивана Чонкина» В. Войновича и др.

### **Описание материала и методов исследования**

В качестве анализируемого материала были выбраны роман известного чешского писателя Й. Шкворецкого «Танковый батальон» (*Tankový praporek*) и цикл рассказов В.А. Пухова, выпускника Военно-медицинской академии, многие годы прослужившего в рядах Вооруженных Сил. В основу его «романа в рассказах» (формулировка самого В. Пухова) легли многие личные впечатления, воспоминания и случаи из армейской жизни, при этом уже в названии произведения – «За щитники» – изначально заложена игра слов. Выбор для проведения исследования именно этих произведений обусловлен в том числе тем, что, по нашему мнению, в них наиболее рельефно представлены особенности как языкового выражения, свойственного армейской среде, так и в достаточной степени достоверно (несмотря на общий яркий сатирический характер обоих произведений) отражены реалии повседневной жизни армии.

В ходе своей работы мы использовали основные методы анализа художественного текста с точки зрения контекстуальных и интертекстуальных связей, их стилистических и прагматических особенностей. Теоретической базой, помимо цитируемых, явились исследования в области общей теории текста [Лотман 1988; Гофманова, Мюллерова 1994]; также мы опирались на некоторые принципы литературоведческого подхода к данной теме (см.: [Волков 2000; Daneš 1954; Бахтин 2016; Литвин 1979; Врбова 1997]), исследования в области изучения характеристик и специфики военного дискурса в целом (см.: [Уланов 2014; Хомутова, Наумова 2017; Кучинская, Ларченкова 2017; Шашок 2018]) и особенностей языкового выражения в армии (см.: [Бойко 2001; Дьячок 1992; Коровушкин 1994; Kohout 1934; Nekvapil 1979; Савченко 2003, 2020]).

Наше исследование проводится с помощью методов семантического, функционально-прагматического подходов и приемов лингвостилистического и контекстуального анализа (с учетом сопоставительного характера рассмотрения обозначенной проблемы).

Итак, как фактически в любой закрытой социальной подсистеме, для армии характерен особый тип языкового выражения, которому свойственны, с одной стороны, лаконичность, четкость формулировок, емкость изложения сообщения в формальной коммуникации, с другой – широкий спектр лексических и образно-стилистических средств в неформальном, «неуставном» общении (включая арго как один из главных инструментов подобного общения). Указанные свойства данного языка с прагматической точки зрения непосредственно связаны с определенными коммуникативными ситуациями, что также, наряду с четкими правилами его употребления, влияет на использование различных элементов военного языка в конкретном контексте [Коровушкин 1994]. Можно предположить, что обозначенные особенности так называемого «военяза» формируют военных и как языковые личности, оказывая влияние не только на форму их языкового выражения, но и на некоторые особенности, связанные с мышлением и логикой. Определенный отпечаток на язык военнослужащих также накладывает и сам характер повседневной воинской службы.

Специального термина, который бы однозначно трактовал данное явление с чисто лингвистической точки зрения, являлся бы четкой и исчерпывающей дефиницией, определяющей подобный особый способ языкового выражения, лингвистами пока не предложено. Тем не менее в ряде исследований, в которых рассматриваются различные аспекты, связанные с особенностями языкового выражения в армии, их авторы предлагают терминологические номинации данной функциональной разновидности языка. Так, чешский исследователь П. Пеняз использует термин *военная речь* (*vojenská mluva*), под которой им понимается совокупность всех языковых средств, представляющих отклонение от литературной или стилистической нормы, однако, несмотря на это, в военной среде считаю-

щихся допустимыми или предписанными [Peňáz 1987: 131]. Детализируя данное понятие, он представляет структурную характеристику *военной речи* следующим образом: 1) литературный военный язык: а) письменный; б) разговорный); 2) социальная военная речь: а) профессиональная речь; б) сленг (арготический сленг). При этом подчеркивается, что профессиональная речь – это употребление терминов и терминологических сочетаний, связанных с определенной профессией или сферой деятельности, назначение которых – сделать высказывание лаконичным. Под сленгом же понимается совокупность лексических и фразеологических средств, не имеющих терминологического характера и являющихся компонентом языковой игры, с помощью которой говорящий в определенной социальной среде специфицирует и по-особому выражает свое отношение к сообщаемому [Peňáz 1987: 132]. В то же время отличие *письменного литературного военного языка* (*psaný spisovný (vojenský) jazyk*) от *разговорной формы военного литературного языка* (*hovorová podoba vojenského spisovného jazyka*), по мнению П. Пеняза, заключается в том, что «письменная форма литературного языка выделяется престижной чертой официальности, которая, с одной стороны, достигается максимальным обезличиванием, с другой – с помощью автоматизации» (здесь и далее перевод наш. – А. С.). При этом он подчеркивает, что использование в формулировках военных документов формы 1-го л. ед. ч. не только не нарушает, но даже, наоборот, акцентирует эту черту обезличивания, так как за ней стоит не конкретная личность соответствующего командира, а целый ряд административных работников, защищенных его «ранжирным полномочием» [Peňáz 1987: 136].

М.Т. Дьячок в своем исследовании специфики языкового выражения в армии как одного из типов закрытых социальных подсистем отдельно выделяет *солдатское арго*, которое выполняет функцию языка повседневного неформального общения солдат друг с другом. Выделяя солдат – военнослужащих срочной службы – в отдельную социальную группу и противопоставляя ее офицерскому составу (в том числе прапорщикам и военнослужащим сверхсрочной службы) [Дьячок 1992: 35], а также выделяя характерные особенности солдатского арго, исследователь делает вывод о том, что специфика солдатского быта, существующие в армейской среде традиции, своя система материальных и этических ценностей приводят к появлению лексики, характерной именно для солдатского арго и обозначающей, как правило, бытовые реалии [Дьячок 1992: 41]. Данное терминологическое определение представляется нам удачным, однако далеко не универсальным, так как арго в таком понимании – это лишь особый стиль узкопрофессионального общения между военнослужащими, этот термин характеризует лишь неформальную сторону общения четко обозначенной социальной группы внутри армейского дискурса – военнослужащих срочной службы, поэтому он не может быть использо-

ван по отношению ко всей совокупности стилистических свойств, прагматических и интенциональных характеристик, а также сфер употребления данной разновидности языка (включая сюда язык воинского устава, команд, рапортов и донесений и других военных документов) [Савченко 2020: 120].

В работе Б.Л. Бойко, посвященной особенностям языкового выражения в армии, понятие *армейское аргю* детализируется более четко: исследователь разделяет его на *профессиональные жаргонизмы* и *профессиональные арготизмы* и предлагает ввести термин *военно-профессиональная речь* [Бойко 2001], который нам кажется вполне приемлемым для более общей терминологической номинации языка военного (в том числе армейского) дискурса.

Если же говорить об отличиях письменной формы военного языка от устной, то, по замечанию П. Пеняза, его разговорная форма отличается меньшей степенью автоматизации и вербализации; это обусловлено тем, что большинство устных высказываний (в отличие от письменных) преследуют конкретную цель. Для устной формы официального военного языка также свойственна большая синтаксическая свобода, что объясняется удивительно малой способностью говорящих ориентироваться в правильном синтаксическом и функциональном построении предложения [Reñáz 1987: 138].

В целом соглашаясь с представленными мнениями и терминологическими номинациями, мы предлагаем использовать термин *военный язык*, или *язык военного обихода*. Понятие же *военная речь*, по нашему мнению, подходит только для описания устной формы языка, свойственного военному (и армейскому) дискурсу.

Помимо указанного, к области «военяза» следует также отнести наименования военной документации различного типа, устойчивые речевые обороты – штампы и клише, характерные для военного языка или возникшие под его влиянием, в том числе случаи его «искусственной имитации», ироничное обыгрывание «стереотипности» военного мышления как своеобразной иронической доминанты художественного текста, когда определенная ситуация автоматически вызывает в сознании соответствующую формулировку, невольные аналогии с различными уставными положениями и другими видами военных документов, а с другой стороны – подсознательное, а в некоторых ситуациях и намеренное подражание стилю военного языка в устной речи. К вербальному выражению военного языка и одной из форм его реализации в рамках армейского дискурса, по нашему мнению, относится и особая разновидность «языкового творчества» военнослужащих – так называемый армейский фольклор, речь о котором будет вестись отдельно.

В заключение приведем высказанную А.В. Улановым справедливую мысль о том, что формирование военного подъязыка – результат языко-



вого развития, в том числе и национального языкового развития [Уланов 2012].

### Рассмотрение результатов исследования

Элементы военного языка, с помощью которого происходит официальное общение между представителями армейского дискурса (военнослужащими разного ранга), представлены в текстах Й. Шкорецкого и В. Пухова в виде фрагментов письменных документов и устных сообщений, цитируемых в произведениях от лица определенных персонажей. Основными составляющими подобных текстовых вкраплений являются различные военные понятия и термины, а также характерные для «военного канцелярита» обороты, клише и устойчивые словосочетания. Смысловое наполнение, содержание подобных документов может зависеть от конкретной поставленной задачи, например: [kapitán] *Došel na cestu a posvítíl si baterkou na plánskonspekt: “23.30 – 04.00 osádky provedou okopové práce a zamaskování bojových vozidel, 04.30 – 04.50 pohotovost k vyražení k útoku, 04.50 zahájení dělostřelecké přípravy, 05.00 vyražení k útoku”*. Здесь в качестве характерных единиц военяза выступают устойчивые обороты, свойственные языку армейского дискурса: *осуществлять рытье окопов, маскировка боевых машин, начало артиллерийской подготовки, переход в атаку*.

Образцом официального стиля общения в рамках армейского дискурса является язык устава воинской службы. Язык этого документа можно считать эталоном официального языка военного, армейского обихода. Однако в повседневном общении внутри данного дискурса, взаимодействуя с «живой», народно-разговорной речью, этот стиль языка существенно преобразуется. Условно можно выделить несколько типов такого воздействия, где отдельные элементы официального военного языка употребляются в виде цитат: 1) выдержки из положений устава; 2) формулировки приказов, команд; рапорты и т. д.; 3) фрагменты из иных военных документов (сводки, донесения, отчеты и т. п.) [Савченко 2003: 132].

Многие положения устава, которые в реальности должны заучиваться военными наизусть и цитироваться в соответствующих случаях, достаточно часто используются в качестве текстообразующих элементов и в художественном тексте, пример из Шкворецкого: [kapitán] *Mechanicky se dal do odřikávání řádového otčenáše: “Tankový prapor je v úplné bojové pohotovosti, jestliže všechna vozidla i jejich osádky jsou v úplné bojové pohotovosti, to znamená, jestliže všechny osádky jsou úplné a zdravé, jestliže v každém tanku je předepsaná zásoba střeliva, pohonných látek, mazadel a proviantu, jestliže zbraně jsou řádně zrektifikovány a ošetřovány”*. Цитате положения устава предшествует дополнительное пояснение характера действия: [kapitan] *стал механически воспроизводить*, – а сам цитируемый документ и его стиль иронически назван *уставной Отче Наш* – автор шутивно-иронично уподобляет его библеизму, названию одной из глав-

ных молитв в христианстве. Военский устав, по сути, является главным документом, регламентирующим не только правила и порядок несения воинской службы, но и содержащим в себе конкретные речевые обороты, формы отдачи команд, образцы приказов, рапортов и прочих видов сообщений, с помощью которых в армии происходит официальная коммуникация между военнослужащими разных категорий, именно поэтому автором использована такая «символическая параллель».

К подобным случаям цитирования в тексте военной документации относятся также фрагменты рапортов, докладов, донесений, «каноническая» форма которых также зафиксирована в уставе. Вот образец рапорта военнослужащего, находящегося на боевом дежурстве, старшему по званию офицеру, при этом цитату также предваряет ироническое замечание автора о характере произнесения доклада: *с развязностью старого «деда»*. С помощью такого рода комментариев Й. Шкворецкий на протяжении всего романа вводит большинство используемых им цитат различных военных документов и положений устава: [zaznělo] *hulákané hlašení, pronášené se zupáckou rutinou starého mazáka: "Soudruhu kapitáne, po dobu mé služby u Sedmého tankového praporu se nic zvláštního nestalo. Setnina se nachází v přípravě na polední odpočinek. Dozorčí setniny četař Fürbach!"* Структура данного сообщения, как правило, остается неизменной, меняется только должность и звание конкретного военнослужащего, отдающего или принимающего рапорт, место несения вахты (службы), категория личного состава и т. п. Шаблонный вид сообщения по уставу представляет собой доклад о прибытии: [rotný] *Horlivostí se málem přerazil, ale podařilo se mu v předepsaných třech vteřinách podat předepsané hlašení: "Soudruhu poručíku, rotný Smiřický přišel na váš rozkaz!"* Цитата предваряется авторским комментарием, который подчеркивает обязательность и важность данного «ритуала» (*установленный [уставом] рапорт*), а также дополнительно указывает читателю на норматив для его выполнения (*в положенные три секунды*).

В ряде контекстов цитирование различных военных сообщений и документов показывает, как и насколько влияет такой сухой казенный стиль языка на сознание и образ мыслей военных. Заучивание наизусть формулировок и доведение их устного воспроизведения до автоматизма приводят к так называемой «автоматизации», стереотипизации сознания, когда определенно складывающаяся ситуация мгновенно вызывает в памяти соответствующую ей нужную формулировку. Случаи использования в тексте примеров подобного рода «клишированности мышления» военных Й. Шкворецкий использует как одно из средств создания в контексте определенного стилистического, коммуникативно-прагматического контраста, что в свою очередь создает в художественном тексте эмоциональное и смысловое напряжение, вот один из подобных случаев: [poručík] *Už už si v duchu oddechl, když se odněkud z pozadí ozval chraptivý*

hlas: “Je polední vodpočínek!” prvním impulsem poručíka Prouzy bylo zjistit, kdo to řekl. Rozhodně to zjistit měl: byl to přečin mluvení v přítomnosti důstojníka bez jeho svolení. Конкретное совершенное подчиненным нарушение устава (один из солдат позволил себе вслух комментировать слова старшего по званию) моментально вызывает в памяти офицера цитату из воинского устава, где определяется характер подобного нарушения устава (нарушение запрета на разговоры в присутствии офицера без его разрешения). В своем сообщении о предписанном роде деятельности подразделения в данный момент (дневной отдых) герой использует словоформу *vodpočínek* с протетическим *v*, характерным для обиходно-разговорного чешского языка (*obecná čeština*), что также свидетельствует о намеренном «снижении» стиля, его своеобразной «депатетизации», подчеркивает пренебрежительное отношение солдата к офицеру.

Еще один элемент военного языка, вплетенный в текст художественного произведения, – цитирование команд, например: [kapitán] *Postavil se před tanky do pozoru a zařval hlasem alkoholického tatora: “Prrápore – pořadí první, druhá, třetí, čtvrtá rota – v sraz po osádkách nastoupit!”*. В данном случае автором подчеркивается фонетическая особенность языкового выражения в армии – особые интонационные конструкции, дополнительные акценты на отдельных звуках, в данном случае – в слове *prapor*: удвоенный (в речи – акцентированный) согласный *r*, долгий гласный *á* (в лит. чеш. яз. – краткий *a*). Если у Й. Шкворецкого в данном случае команда сопровождается лишь иронической ремаркой относительно характера ее звуковой подачи: [kapitán] *заревел голосом наставника-алкоголика*, – что способствует усилению экспрессивности описания, то В. Пухов отражает другую интересную и довольно распространенную особенность произнесения команд в армии: в «канонический» уставной текст говорящим вносятся какое-либо «авторское» дополнение или комментарий с целью придать дополнительную экспрессию, создать определенный комический эффект или достичь иного прагматического эффекта: [полковник] *Бывало построит на плацу личный состав, да и закричит подобно Ричарду Львиное Сердце, от голоса которого, как известно, приседали кони: «Сегодня – вторник! Вчера был понедельник! В походную колонну, на стрельбище, бе-гом!»*, или *«Полк, смирно! Вчера два солдата пытались изнасиловать старушку! В походную колонну, на учения, ариш!»* Как и у Шкворецкого, здесь переданы фонетические особенности произнесения команд: акцентированное растягивание слога – *бе-гом!* – и характерное для устной «армейской речи» выпадение начального (*м*) в слове (*м*)*арш!* как элемент дополнительной экспрессии при отдаче команды. Или еще один пример, где воспроизводится фонетически искаженное звучание команды «Смирно!»: *Хи-р-на!* – кричит Беда. – *Товарищ генерал! Личный состав на инструктаж собран. Заместитель начальника полигона полковник Беда*. В следующем примере также сохраняется особенность произношения команды с «эм-

фатическим» растягиванием звуков и слогов слова: *Солдаты стоят в две шеренги. Шумок командует: «Первое. Снег вокруг дома уб-рать! До земли. Чтобы ни снежинки. Второе: крышу о-чис-тить! Кто есть с техниче-ским оборудованием? Два шага вперед!»*

Во многих случаях порождению эффекта иронии, комизма способствует и изначальная нелепость, абсурдность ситуации, на фоне которой приведена «военная» цитата. Ярчайшим подобным примером из романа Й. Шкворецкого можно считать такой фрагмент: (одетый не по форме офицер во время несения боевого дежурства застигнут с женщиной своим начальником, но, несмотря ни на что, отдает ему рапорт точно в соответствии с уставом): *Podporučík Malina [byl] v pozepjaté blůze a v kalhotách s otevřeným poklopem, bez čepice, bez revolveru, a pouilil na Malinkatého d'ábla poměnkové oči. <...> Potom se však podporučík Malina, očividně zpitoměly strachem, vzpřiml do latě a zvučným hlasem se zahlásil: “Soudruhu majore, po dobu mé služby v posádkovém vězení se nic zvláštního nestalo. Velitel stráže, podporučík Malina”.* Или такой фрагмент: *Nágy vydal nový povel: “K počtě zbraň!” Dvaadvätyričťet vězňů vytáhlo na ten povel z rozepjatých poklopců pohlavní údy a pridrželo je do uličky. Četařka z povolání Marie Babinčáková <...> prošla hrdě až k toaletě. Většina údů zareagovala na její zadeček v zelených teplákách. Ve dveřích ústranní četařka se otočila a řekla: “Pánové, můžete si dát k noze zbraň.”* Здесь ключевым моментом комизма является противопоставление команд: *K počtě zbraň!* и *K noze zbraň!* (ср. с аналогичными военными командами в русском языке: «Оружие на караул!» и «(оружие) К ноге!»). Главный смыслообразующий компонент обеих команд – слово *zbraň* (*оружие*) – в данном контексте представляет собой эвфемизм, что и составляет ироническую доминанту эпизода: в описываемой ситуации под ним подразумевается мужской половой орган. Команда используется как шутка солдат-мужчин, которые хотят посмеяться над единственной присутствующей среди них женщиной. Героиня в ответной фразе-команде иронизирует над их «мужским достоинством». На лексическом уровне также возникает своеобразное «сочетание несочетаемого»: с уставным штампом употребляется вежливая форма обращения *pánové*, характерная для официальной, торжественной формы коммуникации вне армии. А вот аналогичные примеры из В. Пухова: *Один полковник, по фамилии Деревяшкин, отправил маршалу Малиновскому письмо. Просил сделать что-нибудь, чтобы его замечали издали не только зимой, но и в жаркие дни. Остроумный министр ответил письменно: «Разрешить полковнику Деревяшкину ношение папахи летом»; «Доложите, товарищ Серый, аппаратура работает?», – приказал военачальник. «Так точно, функционирует». «Я тебя спрашиваю: работает?!» – повысил голос маршал. «Функционирует», – повторил майор. «Мать твою так!» – закричал министр. – «Я тебя спрашиваю: работает? А ты заладил как попка: функционирует, функционирует... Это у меня! У меня – член функционирует, но ведь не работает! По-*

нял?!» – «Понял, товарищ маршал... Аппаратура функ... отставить! Работает...»; – Товарищи военные строители! Слушай задачу! <...> Взять по штыковой лопате и копать фундамент. На два метра. Грунт носилками перебрасывать на соседнюю территорию и закапывать!..

У В. Пухова, как и у Й. Шкворецкого, эффект иронии достигается за счет цитирования изначально комичной, абсурдной формулировки из официальных документов, как, в частности, в таких фрагментах: [полковник] *брал военный билет, находил чистую страницу и тушью записывал что-нибудь вроде: «Идиот. Водку не пьет. Предпочитает портвейн», или: «Половой извращенец. Ухаживает за козами. Колхозными», и так далее, в том же духе. Сделав подобную запись, скреплял ее подписью и гербовой печатью; Майор Ересько готовил диссертацию на тему: «О водопроницаемости кирпичных сапог»; [подполковник] Написал брошюру – «Как стать Цицироном». Сообразил, что боеготовность зависит от красноречия командиров и начальников. Кто-то поинтересовался, зачем, дескать, в Цицироне столько «и». «Моя книга – для военных!» – объяснил автор.*

Часто высказывания офицеров, командного состава обладают повышенной степенью экспрессии, а нередко и парадоксальностью заключенного в произносимых ими фразах образа. Вероятно, следуя уставной лаконичности выражения, но желая при этом максимально увеличить выразительность, в устной речи военных часто рождаются емкие и весьма колоритные, как правило, парадоксальные выражения. Вот подобная иллюстрация из текста В. Пухова: [маршал] *любил дисциплину и поэтому в самом начале совещания предупредил: «Вопросы задавать не будем. Нечего мастурбировать!»* Многие высказывания и команды не просто включают в себе экспрессию, но и свидетельствуют о некоторых ментальных (умственных, логических) качествах отдельных военнослужащих. Узко-специфическая сфера их деятельности и интересов, уровень образования, социальная принадлежность, среда жизнедеятельности и целый ряд прочих факторов оказывают очевидное воздействие на характер их языкового выражения. *Генерал собрал врачей, назвал их «эскалопами»; «Вы что, каркадилы, делаете? <...> Чему вас на гражданке учили?!»; [генерал] обращает внимание на группу солдат, спрятавшихся за кустом. «Эй, вы, трое! Бежите ко мне оба! Чего смотришь? Это я тебе говорю»; «Сымай костюм, а то кондратий хватит. <...> Отдыхай, да гляди, не прозевай. Сигнал химической атаки будет со стороны березового ельника. Три зеленых свистка вверх». Следует отметить, что иногда такое «аберрированное» метаязыковое выражение представляет собой умышленный прием и способ общения между военными. Такие фразы нередко становятся «крылатыми», составляют основу анекдотов, шуток, баек, т. е. принадлежат к области армейского фольклора. Примеры из «За щитников»: *Товарищ Беда, почему такой неровный квадрат нарисовали? Дальтоник что ли?; Запомните, Беда, на моем полигоне существуют только два мнения:**

*одно – мое, другое – неправильное; Сапоги положено чистить не сегодня, а вчера, с вечера, чтобы утром надеть на свежую голову; Полковник придирчиво смотрит... одобрительно произносит: «Вот так-то! Запомните: голова у солдата, чтобы думать, а мозги, чтобы соображать»; Товарищ солдат, вы что за ногти отрастили? Как у орла, хоть по деревьям лазай; Почему нет пуговицы? Пуговицы должны быть пришиты намертво... Как шлагбаум!; Медицинский начальник успокоил: «Ты – в армии. Мысли не нужны»; Наш командарм говорит: «У меня лишних извилин нету, и вам иметь не советую. Раздражают». Подобные грамматически некорректно построенные фразы (в том числе оксюмороны, контаминации, «экспрессивная редупликация», фонетическое «коверкание» слов, характерное для просторечия, синтаксические ошибки и т. п.), считающиеся в армии привычными, для читателя представляют объект насмешки, иронии: Успех Зубакина означал для Костромитина, как говорят в армии, «чреватые последствия», ибо список мог оказаться на столе главкома; Не влияет значения, – с улыбкой на зеленовато-сером лице ответил Угнич; Та-а-к. Из-за отсутствия времени буду говорить не думая; Полковник Беда, доложите о наличии личного состава; ...почему пуговицу не застегнули? Много думали? Литовская песня «Думай-думай» специально для вас написана? Кормушкин не может обойтись без шутки: «Ну, что, историки-замудорики, юристы-замудисты, очкарики-уярики, пригодилась гражданская специальность? Поете как Чайковские, остановиться не можете?»; [полковник] морщит лоб, на секунду задумывается, снова шутит: «Пусть уставы учит, [нога] болеть не будет»; Генерал рассмеялся: «Тоже побежал пешим по конному?»; [старший лейтенант] Втаскивал ректора в квартиру, вручал «сувениры», сотворенные солдатами умельцами. Таких умельцев он величал ласково: «Хулибины!».*

Аналогичные анекдотичные на первый взгляд, нередко абсурдные по своей сути высказывания также характерны и для языка письменных документов. Нередко в них встречаются парадоксальные, а зачастую безграмотные с точки зрения грамматики и логики формулировки, что вызывает у читателя иронию из-за их «смысловой нелепости», приведем несколько примеров: Вывод был неизменно таким: «Умер от остановки сердца». Такое заключение отвечало истине, поскольку любая смерть происходит в результате остановки сердца. Был случай, когда какой-то солдат прыгнул с берега в речку и утонул. Зубаткин доложил главкому: «Умер в результате остановки сердца во время прыжка в воду». Главнокомандующий остался весьма доволен аналитическим умом Зубаткина, объявил ему благодарность и приказал всем брать пример с начальника службы войск; Вообще Костромитин любил пошутить. Недаром в его аттестации было сказано: «Обладает тонким чувством». Подобные «несуразности» в языке, свойственном военным, были весьма характерны для «Швейка» Я. Гашека, а использование подобного приема Шкворецким и

Пуховым – наглядное свидетельство продолжения данной гашековской традиции в чешской и русской литературе.

Говоря об упомянутом выше армейском фольклоре (АФ), отметим, что это еще одна неотъемлемая реалия армейской жизни, достойная отдельного исследования и анализа. Ограничимся лишь общими замечаниями. Чаще всего такие единицы представляют собой короткие рифмованные фразы или короткие стихотворения [Савченко 2003]. Тематика описываемых единиц, традиционно относимых к малым формам фольклора, в рассматриваемых текстах может быть разделена на следующие категории:

- АФ «общего» характера, тематически связанный непосредственно с армией: повседневная служба и солдатский быт, превратности военной службы, особенности взаимоотношений между военнослужащими разных периодов службы, единицы АФ, тематически связанные с ожиданием окончания срока службы. Сюда же можно отнести и примеры текстов, в которых отражается отношение солдат к тем, кто не служил (к гражданским лицам). *Počkej blbej civile! / Přide na tebe chvíle, / až ty jednou poznáš ten vojenskej stav náš, / vesele ti nebude!; Už se to píše / plnícím perem: / Máme za pár! / Už se na to serem!* – Й. Шкворецкий; о службе в карауле: *И спать хочется, и Родину жалко. Если только не убьюсь, с койки вниз сползая, обязательно вернусь я к тебе, родная; А вот вам солдатские шуточки. Послушайте: Послушайте: «Всякое безобразие, доведенное до единообразия – это есть воинский порядок»; <...> «Армия – это роща, где все – дубы, и все шуршат» <...> А вот вам еще перл: «Здесь могут нас назвать собакой, и наплевать на нашу честь, но мы в душе пошлем всех на ..й, и как всегда ответим: «Есть!»; «Не грусти, моя мама, не надо, скоро кончится служба моя», «Меня ты, мама, воспитала, благословила жизнь мою», «И только здесь, вдали от дома, я понял, что такое мать»; [срочная служба в армии – это:] 2 года – без дома. 24 месяца – без девушки. 104 недели – без паспорта. 730 дней – без друзей. 17520 часов – без водки. 1612000 минут – без свободы. 96720000 секунд – без матери.* – В. Пухов.

- Единицы АФ, тематически связанные с местом прохождения, характером несения службы: *Ví to celá armáda a ví to každá četa: Kobylec je velká prdel světa!; Судьба забросила Зубакина в гарнизон, о котором лет пятьдесят тому назад сочинили прическу: Кто не был, тот побудет, кто был, тот хрен забудет;* [карьеру генерала можно описать] воспользовавшись одним из армейских афоризмов: *«Он прошел путь от сперматозоида до генерала».*

- Единицы АФ «военно-политической» направленности: [надпись в туалете] *At' zhyne krvavý bolševismus!; Дембель неизбежен, как крах капитализма (сейчас пишут: Как крах коммунизма).* Этот тип сейчас отсутствует в виду неактуальности существовавших в социалистический период политических реалий и системы агитации и пропаганды в Чехословацкой и Советской армии.

• Единицы АФ экспрессивно-сексуального характера, в которых, образно говоря, выражается «тоска по женщине»: *Nechte si řády, dejte nám ženský!*; *Лучший способ от любви – бег в противогазе. Пробежал кружок, другой, и уже в экстазе.*

Некоторые единицы АФ не принадлежат к какой-либо определенной группе, а относятся к числу «бродячих» армейских образов и сюжетов, передаваясь из поколения в поколение («от призыва к призыву») на протяжении многих лет. Как правило, в таких элементах не выражено особого смысла; их, скорее, можно назвать «ритуальными», т. е. подобные единицы текста выполняют определенные «вспомогательные» функции: это, например, может быть колыбельная для «убаюкивания» старослужащего солдата, «неуставные» тексты, посвященные определенным событиям (в частности, предстоящей демобилизации) или просто шуточное произведение «малых форм армейского фольклора» (нередко подобного рода «опусы» солдаты создают на досуге как элемент развлечения).

### **Заключение**

Подводя итоги и представляя основные результаты проведенного анализа, мы можем констатировать, что использование различных элементов языка военного обихода, включая так называемый «армейский фольклор», создает в художественном тексте ощущение аутентичности происходящего, благодаря чему у читателя возникает эффект присутствия «внутри» текста: читатель сам невольно становится действующим лицом, «слушающим» команды, со стороны наблюдающим за развитием ситуации, которая нередко оказывается в логическом противоречии с окружающей реальностью. Таким образом, подобные элементы и у Й. Шкворецкого, и у В. Пухова не просто являются примерами различных армейских (resp. военных) реалий, наглядно иллюстрирующими характер и особенности жизни и быта армии (что характерно фактически для любого произведения на военную тематику), – данные языковые единицы представляют собой важный как со стилистической точки зрения, так и с позиций их прагматического использования в определенной функции текстообразующий элемент художественного произведения. Это приводит к выводу о том, что подобные тексты нужно рассматривать на фоне общего контекста.

В качестве выводов отметим также, что представленные примеры (на чешском и русском языках), взятые из художественных произведений, посвященных описанию повседневной армейской жизни, воспроизводящих различные реалии воинской службы, демонстрируют отдельные наиболее распространенные и до некоторой степени уже ставшие стереотипными в сознании, являющиеся хорошо знакомыми и узнаваемыми для читателя особенности языка военного обихода, который сочетает в себе как элементы официально-делового стиля (образцом здесь является язык устава воинской службы), так и различного типа отклонения от нормы,



речевые ошибки, нарушение стилистических и грамматических норм (смешение стилей, ошибки в словоупотреблении, речевые недочеты, использование просторечных форм и субстандартной лексики, ошибки в синтаксическом построении фразы и т. п.). Важным маркером подобного воения можно считать яркие экспрессивные, зачастую парадоксальные, метафорические образы, спонтанно порождаемые в речи и на первый взгляд кажущиеся некорректными как с точки зрения грамматики, так и с позиций стилистических норм и логики.

В художественном тексте (как чешском, так и русском) подобные языковые единицы, помимо выполнения чисто текстообразующей функции, т. е. обозначения различных реалий, относящихся к военной сфере (в данном случае – к службе в армии), включая образцы военных документов, команд и т. д., с помощью чего воссоздается аутентичная атмосфера происходящего и читатель оказывается погруженным в реальную картину разворачивающегося действия, также могут стать основой для создания ярких речевых образов персонажей; в определенных контекстах на их основе возникают стилистические контрасты, они могут быть использованы в качестве элемента языковой игры и для построения каламбуров, афоризмов (как правило, с явной парадоксальностью высказывания) и прочих фразеологизированных выражений подобного рода, где грамматическая, стилистическая, логическая «неправильность» лишь подчеркивает комический эффект. Нередко этот эффект достигается за счет контраста определенной коммуникативной ситуации, когда произносимая фраза явно не соответствует контексту, при этом автор может сопроводить данный пассаж своим комментарием, дополнительно усиливающим эффект иронии, юмора, сарказма (resp. стеба). Все возникающие при этом аллюзии и реминисценции, дополнительные коннотации, которые часто имеют интертекстуальный, прецедентный характер, создают эмоциональное напряжение в тексте и оказывают на читателя соответствующее эмоциональное воздействие.

Оба автора – и Й. Шкворецкий, и В. Пухов – используют в своих произведениях целый ряд фонетических, синтаксических, лексических и иных особенностей военного языка, характерных для повседневного профессионального (включая и «внеслужебное») общения военнослужащих в рамках военного (в широком смысле) или армейского (в более специфичном) дискурса.

Итак, будучи одними из основных текстообразующих элементов в структуре художественного произведения, рассматриваемые языковые единицы, в сочетании с другими элементами текста, создают те или иные стилистические контрасты в зависимости от конкретных прагматических задач и установок автора; как правило, это связано с приемом «депатетицизации» контекстуальной ситуации, (намеренным) смешением «высокого» и «низкого», что в итоге приводит к «абсурдизации» происходящего.

Подобный прием М.М. Бахтин в свое время назвал «эффектом карнавальности» происходящего [Бахтин 2016]. Именно такая «карнавальность» во многом свойственна художественным текстам на военную тематику, имеющим общий юмористический характер, в частности, помимо рассмотренных в данной статье, это также упоминаемые нами в начале статьи романы «Похождения бравого солдата Швейка» Я. Гашека, «Жизнь и необычайные приключения солдата Ивана Чонкина» В. Войновича и др.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что язык, характерный для армии, можно, по нашему мнению, считать своеобразной «лакмусовой бумажкой», которая дает нам представление о процессах, происходящих в языке (в первую очередь, наиболее ярко именно в разговорной речи) на стыке «официальности» и «неофициальности», в условиях «закрытости» данной социальной группы, с одной стороны, и присутствия в ней представителей разных социальных слоев общества, отличающихся по возрастным, образовательным, культурным и подобным параметрам, – с другой. Анализ особенностей языка (в том числе разговорной речи) отдельных социальных групп, в частности армии, позволяет получить как общее представление об уровне владения языком и культуры речи, соблюдении языковых норм носителями, так и выявлять общие тенденции развития социума с чисто лингвистической точки зрения.

#### **Список литературы**

- Бахтин М.М.* Проблемы эстетики Достоевского. СПб.: Азбука, 2016. 416 с.
- Бойко Б.Л.* Экспрессивная лексика русской военно-профессиональной речи // Исследование славянских языков в русле традиций сравнительно-исторического и сопоставительного языкознания: информ. материалы и тез. докл. междунар. конф. М., 2001. С. 17–18.
- Волков А.Р.* Швейк и Чонкин (типология или влияние?) // *Rossica Olomucensia XXXVIII (za rok 1999): Ročenka katedry slavistiky na FF Univerzity Palackého.* Olomouc, 2000. 1. část. S. 43–48.
- Врбова Я.* Ненавязчивый взгляд грустного сыщика Йозефа Шкворецкого на мир, Чехию и чехов // Взаимосвязи и взаимовлияние русской и европейской литературы: тез. докл. междунар. науч. конф. СПб., 1997. С. 36.
- Гофманова Я., Мюллерова О.* Смешение литературных и нелитературных компонентов в устных высказываниях на чешском языке // *Язык – культура – этнос / ред. С.А. Арутюнов и др.* М., 1994. С. 13–26.
- Дьячок М.Т.* Солдатский быт и солдатское аргю // *Русистика.* 1992. № 1. С. 35–42.
- Коровушкин В.П.* Русский военный жаргон XVIII–XX вв. // *Новый часовой.* 1994. № 2. С. 76–81.
- Кучинская Е.А., Ларченкова Е.В.* К вопросу о жанрах военного англоязычного дискурса // *Филологические науки. Вопросы теории и практики.* 2017. № 5-1 (71). С. 113–117.
- Литвин Ф.А.* Цитирование в системе образных средств языка // *Актуальные проблемы лексикологии и словообразования.* Новосибирск, 1979. Вып. 8. С. 55–63.

- Лотман Ю.М. Структура художественного текста // Лотман Ю.М. Об искусстве. СПб.: Искусство, 1998. С. 14–285.
- Савченко А.В. Стилистико-прагматические особенности армейского дискурса как текстообразующего элемента // Вестник ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. 2020. № 4 (109). С. 119–124.
- Савченко А.В. Элементы «военного языка» в структуре художественного произведения (на материале романа И. Шкворецкого *Танковый батальон*) // Bohemistyka III. 2003. Nr. 2. S. 128–139.
- Сдобнова Ю.Н. Лингвистическое отображение современных социальных тенденций в институциональном дискурсе вооруженных сил Франции: дис. ... канд. филол. наук. М., 2014. 218 с.
- Уланов А.В. Русский военный дискурс XIX – начала XX века: структура, специфика, эволюция: дис. ... д-ра филол. наук. Омск, 2014. 494 с.
- Уланов А.В. К вопросу об экстралингвистическом фоне русского военного дискурса // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2012. № 2 (10). С. 248–255.
- Хомутова Т.Н., Наумова К.А. Военно-политический дискурс как особый тип дискурса // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». 2017. Т. 14, № 3. С. 49–53. DOI: 10.14529/ling170307.
- Шашок Л.А. Характерные особенности военного дискурса (на материале работ отечественных лингвистов) // Политическая лингвистика. 2018. № 6. С. 116–119. DOI: 10.26170/pl18-06-16.
- Юсупова Т.С. Структурные особенности военного дискурса // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2009. Т. 11. Вып. 4. С. 1055–1057.
- Daneš Fr. Příspěvek k poznání jazyka a slohu Haškových „Osudů dobrého vojáka Švejka“ // Naše řeč. 1954. Roč. XXXVII. Č. 3–6. S. 124–139.
- Kohout B. Příručka pro vojíny. Recenze // Naše řeč. 1934. Roč. XVIII. Č. 9. S. 273–275.
- Nekvapil J. K dnešnímu stavu vojenského slangu // Naše řeč. 1979. Roč. 62. Č. 3. S. 130–141.
- Peňáz P. Poznámky k češtině ve vojenském prostředí // Naše řeč. 1987. Roč. 70. Č. 3. S. 131–138.

### **Источники**

- Пухов В. За щитники: роман в рассказах. М.: Локис, 1998. 271 с.
- Škvorecký J. Tankový prapor. Praha: Galaxie, 1990. 319 s.

### **References**

- Bakhtin, M.M. (2016), *Problemy estetiki Dostoevskogo* [Problems of Dostoevsky's Poetics], St. Petersburg, Azbuka publ., 416 p. (in Russian).
- Boiko, B.L. (2001), *Ekspressivnaya leksika russkoi voenno-professional'noi rechi* [Expressive Vocabulary of Russian Military Professional Speech]. *Issledovanie slavyanskikh yazykov v rusle traditsii sravnitel'no-istoricheskogo i sopostavitel'nogo yazykoznaniiya* [The Study of Slavic Languages in Line with the Traditions of Comparative Historical and Comparative Linguistics], Information

- Materials and Abstracts of the International Conference, Moscow, pp. 17-18. (in Russian).
- Daneš, Fr. (1954), Příspěvek k poznání jazyka a slohu Haškových „Osudů dobrého vojáka Švejka“ [Contribution to the knowledge of the language and style of Hašek's "Fates of the Good Soldier Švejk"]. *Naše řeč* [Our Speech], Vol. XXXVII, no. 3-6, pp. 124-139. (in Czech).
- D'yachok, M.T. (1992), Soldatskii byt i soldatskoe argo [Soldier's Lifestyle and Soldier's Argot]. *Rusistika*, No. 1, pp. 35-42. (in Russian).
- Gofmanova, Ya., Myullerova, O. (1994), Smeshenie literaturnykh i neliteraturnykh komponentov v ustnykh vyskazyvaniyakh na cheshskom yazyke [Mixing of Literary and Non-Literary Components in Oral Utterances in Czech]. Arutyunov, S.A. et al. (eds.) *Yazyk – kul'tura – etnos* [Language – Culture – Ethnos], Moscow, pp. 13-26. (in Russian).
- Khomutova, T.N., Naumova, K.A. (2017), Military-Political Discourse as a Special Type of Discourse. *Bulletin of the South Ural State University. Series "Linguistics"*, Vol. 14, no. 3, pp. 49-53. DOI: 10.14529/ling170307. (in Russian).
- Kohout, B. (1934), Příručka pro vojíny. Recenze [Handbook for Soldiers. Review]. *Naše řeč* [Our Speech], Vol. XVIII, no. 9, pp. 273-275. (in Czech).
- Korovushkin, V.P. (1994), Russkii voennyi zhargon 18-20 vv. [Russian Military Slang 18th-20th Centuries]. *Novyi chasovoi* [New Sentry], No. 2, pp. 76-81. (in Russian).
- Kuchinskaya, E.A., Larchenkova, E.V. (2017), On genres of military English discourse. *Philology. Theory & Practice*, No. 5-1 (71), pp. 113-117. (in Russian).
- Litvin, F.A. (1979), Tsitirovanie v sisteme obraznykh sredstv yazyka [Citation in the System of Figurative Language Means]. *Aktual'nye problemy leksikologii i slovoobrazovaniya* [Actual Problems of Lexicology and Word Formation], Vol. 8, Novosibirsk, pp. 55-63. (in Russian).
- Lotman, Yu.M. (1998), Struktura khudozhestvennogo teksta [The Structure of the Literary Text]. Lotman, Yu.M. *Ob iskusstve* [About the Art], St. Petersburg, Iskusstvo publ., pp. 14-285. (in Russian).
- Nekvapil, J. (1979), K dnešnímu stavu vojenského slangu [To the Current State of Military Slang]. *Naše řeč* [Our Speech], Vol. 62, no. 3, pp. 130-141. (in Czech).
- Peňáz, P. (1987), Poznámky k češtině ve vojenském prostředí [Notes on Czech in the Military Environment]. *Naše řeč* [Our Speech], Vol. 70, no. 3, pp. 131-138. (in Czech).
- Savchenko, A.V. (2020), Stylistic and Pragmatic Features of the Army Discourse as a Text-Forming Element. *I. Yakovlev Chuvash State Pedagogical University Bulletin*, No. 4 (109), pp. 119-124. (in Russian).
- Savchenko, A.V. (2003), Elementy "voennogo yazyka" v strukture khudozhestvennogo proizvedeniya (na materiale romana I. Shkvoretskogo *Tankovyi batal'on*) [Elements of "Military Language" in the Structure of a Literary Text (based on the novel by J. Škvorecký "Tank Battalion")]. *Bohemistyka III*, No. 2, pp. 128-139. (in Russian).
- Sdobnova, Yu.N. (2014), *Lingvisticheskoe otobrazhenie sovremennykh sotsial'nykh tendentsii v institutsional'nom diskurse vooruzhennykh sil Frantsii* [Linguistic display of modern social trends in the institutional discourse of the armed forces of France], PhD Thesis, Moscow, 218 p. (in Russian).

- Shashok, L.A. (2018), Peculiarities of military discourse (on the basis of linguistic research done by Russian scholars). *Political Linguistics*, No. 6, pp. 116-119. DOI: 10.26170/pl18-06-16. (in Russian).
- Ulanov, A.V. (2014), *Russkii voennyi diskurs 19 – nachala 20 veka: struktura, spetsifika, evolyutsiya* [Russian Military Discourse of the 19th – early 20th Centuries: Structure, Specificity, Evolution], Prof. Thesis, Omsk, 494 p. (in Russian).
- Ulanov, A.V. (2012), On the extralinguistic background of Russian military discourse. *Russian Journal of Social Sciences and Humanities*, No. 2 (10), pp. 248-255. (in Russian).
- Volkov, A.R. (2000), Shveik i Chonkin (tipologiya ili vliyanie?) [Švejk and Chonkin (Typology or Influence?)]. *Rossica Olomucensia XXXVIII*, for the year 1999, Yearbook of the Department of Slavic Studies at the Philological Faculty of the Palacký University, Pt. 1, Olomouc, pp. 43-48. (in Russian).
- Vrbova, J. (1997), Nenavyazchivyi vzglyad grustnogo syshchika Iozefa Shkvoretского na mir, Chekhiyu i chekhov [The Unobtrusive Look of the Sad Detective Josef Škvorecký on the World, the Czech Republic and the Czechs]. *Vzaimosvyazi i vzaimovliyanie russkoi i evropeiskoi literatur* [Relationships and Mutual Influence of Russian and European Literatures], Abstracts of the International Scientific Conference, St. Petersburg, p. 36. (in Russian).
- Yusupova, T.S. (2009), Structural Features of Military Discourse. *Izvestia of Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*, Vol. 11, no. 4, pp. 1055-1057. (in Russian).

### **Sources**

- Pukhov, V. (1998), *Za shchitniki* [Defenders, or Behind the Shield], A Novel in Stories, Moscow, Lokis publ., 271 p. (in Russian).
- Škvorecký, J. (1990), *Tankový prapor* [Tank Battalion], Praha, Galaxie publ., 319 p. (in Czech).

---

## **THE SPECIFICITY OF THE “MILITARY LANGUAGE” AND ITS REFLECTION IN THE WORK OF ART (RUSSIAN-CZECH PARALLELS)**

**A.V. Savchenko**

*National Chengchi University (Taipei, Taiwan)*

**Abstract:** In given article, the object of our attention is the cases of citing the so-called military language). The use of these textual units as one of the means of creating irony has an obvious intertextual correlation. One of the basic functions of using elements of the military language, as in any work of military subjects, is to create an effect of authenticity of what is happening. In turn, the tradition of using such elements as a vivid figurative expressive means established in Czech literature was laid by J. Hašek in his novel “The Good Soldier Švejk”. Many of his followers, in particular, the Czech writer J. Škvorecký, the Russian author V. Pukhov and many others have largely adopted this method of Hašek, developing it, having used various and heterogeneous in its character ways of playing on such ele-

ments, depending on the context. The authors “compensate” for the monotony and stylistic dryness of the language of military commands and reports with a variety of situations, most of them initially comic, where such elements can create unexpected collisions than enhance the comic effect. The main types of the citation of the elements of the military (army) language, including units of the so-called “Army folklore”, and their stylistic and pragmatic role in the structure of the work of fiction are being examined.

**Key words:** army discourse, military discourse, military language, intertextuality, idio-style, stylistics and pragmatics of literary text, military slang, military folklore.

**For citation:**

Savchenko, A.V. (2022), The specificity of the “military language” and its reflection in the work of art (Russian-Czech parallels). *Communication Studies (Russia)*, Vol. 9, no. 2, pp. 358-378. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).358-378. (in Russian).

**About the author:**

**Savchenko, Aleksandr Viktorovich**, PhD, Assistant Professor

**Corresponding author:**

Postal address: 2, 64, Jinan st., Dist. Wenshan, Taipei City, 11674, Taiwan (R.O.C.)

E-mail: savchenko75@mail.ru

**Received:** February 9, 2022

**Revised:** February 18, 2022

**Accepted:** March 24, 2022

Раздел IV

---

**КОММУНИКАТИВНАЯ ДИДАКТИКА**





Part IV

---

**COMMUNICATIVE DIDACTICS**



## ЯЗЫКОВЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ И МЕДИАГРАМОТНОСТЬ: ПЕРСПЕКТИВЫ ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

С. Бахер<sup>1</sup>, Г. Хованитц<sup>2</sup>, В. Штадлер<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Университет г. Инсбрука (Инсбрук, Австрия)

**Аннотация:** Анализ недавних публикаций предлагает либо мрачную, либо яркую перспективу преподавания русского языка как иностранного: в то время как одни работы рисуют темные процессы, меняющие облик человека в искусственный синтез с роботом, другие потворствуют мобильным технологиям проектов по обучению языку, превращая аналоговый класс в цифровое пространство с виртуальными учебными пособиями, где преподаватели – носители языка работают с инофонами поколения Z. Нет сомнений в том, что классы русского языка находятся на пути адаптации к использованию Интернета, социальных сетей и электронных учебников. В связи с вышесказанным важный вопрос заключается в том, каким способом можно поддерживать (будущих) учителей и учащихся в процессе цифровизации. Основной предпосылкой целенаправленного использования новых медиа на уроках является медиаграмотность как учителей, так и учащихся. Цель нашего исследования состоит в установлении того, как обучать изучающих русский язык медиаграмотности, лингвистическому поведению и как мотивировать их в новой динамической эре, когда в глобальном общении доминирует английский язык. В этом контексте мы предлагаем обратиться к достижениям интернет-исследований. Предметные науки и дидактика могут действовать совместно, чтобы указать на пересекающиеся процессы глобализации, противодействующей русификации в Рунете, которые подчеркивают важность владения русским языком. Результаты нашего исследования продемонстрируют, как через культурные особенности Рунета можно и подключиться к опыту обучающихся («язык папонков», мемы), и объяснить медиадидактические вопросы (контрпублика онлайн, fake news и т. д.).

**Ключевые слова:** медиатизация, цифровизация, преподавание русского языка как иностранного, культурные особенности, медиаграмотность.

**Для цитирования:**

Бахер С., Хованитц Г., Штадлер В. Языковые изменения и медиаграмотность: перспективы обучения русскому языку как иностранному в эпоху цифровизации // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 381–398. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).381-398.

**Сведения об авторах:**

<sup>1</sup> **Бахер Соня**, доктор педагогических наук, преподаватель русского языка

<sup>2</sup> **Хованитц Гернот**, кандидат филологических наук, доцент по славянской литературе и культурологии

<sup>3</sup> **Штадлер Вольфганг**, доктор филологических наук, профессор

**Контактная информация:**

<sup>1,2,3</sup> Почтовый адрес: A-6020, Austria, Innsbruck, Innrain, 52/IV

<sup>1</sup> E-mail: sonja.bacher@uibk.ac.at

<sup>2</sup> E-mail: gernot.howanitz@uibk.ac.at

<sup>3</sup> E-mail: wolfgang.stadler@uibk.ac.at

**Дата поступления статьи:** 15.12.2021

**Дата рецензирования:** 23.02.2022

**Дата принятия в печать:** 24.03.2022

Если человека нет в социальной сети,  
следовательно, он не существует

[Полонский 2018: 192]

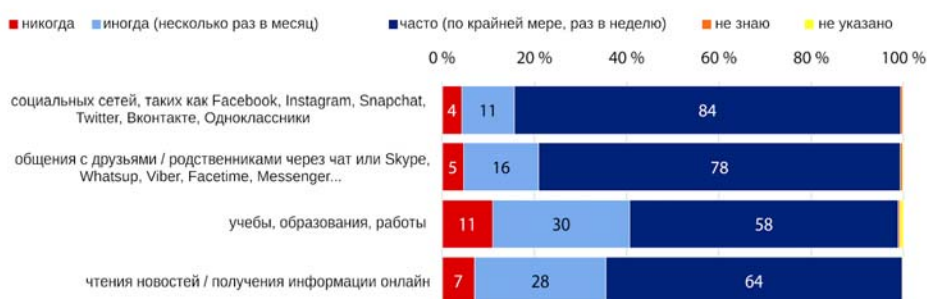
**Введение**

Если изучить избранную литературу последних восьми лет об изменениях русского языка под влиянием Интернета, то создается впечатление, что исследователи разделяются на два лагеря [Blinova, Gorbunova 2020: 77]: Интернет либо оказывает «разрушительное воздействие» на русский язык и его носителей, либо делает русский язык «современным и актуальным». Так, если первая группа считает, что «великий и могучий» язык становится примитивным и представляет угрозу для речевой культуры и языковой безопасности учащихся, поскольку исчезает «полнота языка», то вторая группа превозносит «инновационный характер» интернет-языка и утверждает, что примат коммуникации и связанная с ним терпимость к вариативности языковых норм в Интернете могут быть даже продуктивны для педагогического дизайна.

В этом контексте следует отметить, что медиатизация затрагивает все виды коммуникации: (1) как межличностную, так и массовую; (2) как публичную, так и непубличную, – с формированием новых коммуникативных контекстов. Цифровая трансформация глубоко изменила сегодняшнюю Россию и ее язык, особенно в крупных городах. Русский язык является вторым по популярности языком в Сети после английского [Gritsenko, Wijermars, Korotev 2021], несмотря на то, что некоторые авторы сетуют на состояние так называемого «суверенного Рунета», который, по их мнению, нуждается в подключении к глобальному Интернету, интеграции в

англоязычный контекст и освобождении от цензуры и русификации<sup>1</sup>, тогда как другие восхваляют «высокую интернет-активность русскоязычных пользователей и словоцентричность русской культуры» (см., напр.: [Мечковская 2019: 226]).

Нет сомнений в том, что особенно поколение Z, родившееся примерно на рубеже тысячелетий, является основным пользователем Интернета. Представленный график показывает, что 84 % молодых людей в России используют социальные сети часто, т. е. не реже одного раза в неделю, 78 % часто общаются с друзьями, 58 % часто используют их для учебы, образования и работы, а 64 % часто читают новости в Интернете и получают информацию оттуда.



*Использование Интернета подростками и молодыми взрослыми*  
(Russland-Analysen: Mediennutzung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen  
(im Alter von 14 bis 29 Jahren). 2020. URL: <https://www.laender-analysen.de/russland-analysen/388/mediennutzung-jugendlicher/>)

Помимо использования социальных сетей в свободное время, цифровое поколение Z сталкивается с процессами медиатизации и дигитализации в учебе. Не только российская система образования в XXI в., но и системы во всем мире находятся в состоянии перехода от привычного стандарта к новому, включающему мультимедиа и как ресурс, и как фактор повышения эффективности медиаобразования. В связи с этим возникает вопрос, как работать преподавателю русского языка как иностранного (РКИ) с учащимися этого поколения, учитывая их запросы и привычки поиска и восприятия информации. Какие когнитивные, поведенческие и аудиовизуальные особенности следует привлекать в процессе обучения, какие темы и форматы обучения им предлагать, какие современные средства обучения использовать в целом и какие методические акценты составлять в будущем при работе с новым медиаязыком (new media language, см.: [Lunde 2014]), или «медиалектом» [Полонский 2018], в аудитории иностранного языка?

<sup>1</sup> См., напр.: *Голубицкий С.* Лет зем спик фром зей хартс // Новая газета. 2021. 14 июня. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2021/06/14/let-zem-spic-from-zei-kharts>.

Именно на эти вопросы мы хотим ответить в настоящей статье. Сначала мы обсудим процессы медиатизации в российской культуре и обществе, а затем рассмотрим связанные с ними некоторые языковые изменения. На следующем этапе мы касаемся понятия медиакомпетентности и излагаем медиадидактические вопросы. В заключительном разделе мы объединяем вышеупомянутые перспективы и посвящаем себя цифровым перспективам обучения РКИ.

### **Процессы медиатизации**

По мнению Ф. Кротца [Krotz 2015], медиатизация – это кросс-культурный и кросс-исторический прерывистый и интерактивный процесс, который необходимо критически исследовать как тематически, так и исторически и теоретически осмыслить. Этот процесс может идти в разных направлениях, и трансформация повседневной жизни и социальных отношений, общества и культуры в контексте постоянно меняющихся медиа предполагает изменение коммуникативного действия и «облика человеческой жизнедеятельности» [Бегалинов, Бегалинова 2018: 512]. Н.И. Клушина, также подчеркивая социальное явление, понимает медиатизацию как «распространение влияния медиа на важнейшие области социальной жизни и обратный процесс вовлечения в информационную сферу различных сторон общественной деятельности, т. е. создание зон пересечения медиа и социальных феноменов» [Клушина 2014: 69].

Очевидно, что электронные СМИ оказывают значительное влияние на психологическое развитие детей и молодежи, формируя их как в позитивном, так и в негативном ключе [Shushara et al. 2020; Bulganová 2020]. Д. Булганова устанавливает связь между ценностями, которые представляют СМИ, и ценностями, в которые верит общество. Кроме того, сформировались новые коммуникативные контексты и контент.

В связи с этим возникает несколько последствий медиатизации для российского общества. В течение долгого времени Рунет служил «контр-публикой» [Warner 2002] для оппозиционного политического контента, и государственные органы в определенной степени терпимо относились к этой функции. Демонстрации против правительства, например, организовывались в основном через социальные сети в ходе протестов на Манежной площади в Москве в 2010–2011 гг., что повторилось в Киеве (Евромайдан 2013 г.) и Беларуси (протесты против провозглашения Лукашенко себя избранным президентом, продолжающиеся с августа 2020 г.). Временные отключения мобильной телефонной сети, черные списки нежелательных сайтов и законы, подготавливающие правовую базу для полного отключения Рунета от Интернета, серьезно ограничивают сетевые свободы. Кроме того, государственные СМИ и правительственные организации всё чаще используют онлайн-медиа для позиционирования своего контента или для вмешательства в дискурс западных СМИ. В этом

контексте особые споры вызывает деятельность петербургского Института интернет-исследований [Dawson, Innes 2019; Kriel, Pavliuc 2019; Калинина 2019; Калинин 2019].

Новые возможности СМИ также позволяют маргинальным группам стать более заметными и привлечь внимание к своим проблемам [Hartblay, Klerikova 2021]. Эта функция становится особенно важной, поскольку государственные органы противодействуют этим усилиям «в оффлайне» и, например, преследуют активистов ЛГБТК+ по закону о пропаганде нетрадиционных сексуальных отношений [Glenn 2020]. Впоследствии это приводит к тому, что протестные движения выходят из реального пространства в виртуальное. Но даже здесь ситуация становится всё более шаткой, так как, например, российские государственные органы призывают к цензуре хэштегов, связанных с ЛГБТК+, в TikTok и Instagram [Glenn 2021: 144].

Наивное понимание Интернета как «машины демократизации» уже давно неуместно. Сегодня ситуацию в Рунете определяют, казалось бы, непреодолимые разногласия между официальным дискурсом и неофициальными, оппозиционными акторами, которые в основном усиливаются со стороны государства. С этим политическим развитием неразрывно связано возвращение к национальным ценностям, которое противостоит глобализации, доминирующей в Сети, с попыткой русификации (закон о «суверенном интернете»<sup>1</sup>). Эти тенденции вызывают тревогу, что делает еще более важным поддержание диалога и взаимодействие с русским языком и в целом с русской культурой, особенно будучи иностранцем и не пользователем целевого языка. Таким образом, медиатизация может привести к возвращению к взаимному обмену и диалогу, которыми издавна славился Интернет.

### **Языковые и речевые изменения**

Как уже упоминалось выше, изменения затрагивают все слои психосоциального пространства и все сферы языка и речи, от использования эмоциональной и нестандартной лексики, например феминитивов типа *авторка, докторка, редакторка* (ср.: [Andreevskikh, Muravyeva 2021: 212]), до отклонений от грамматических правил, упрощений, сокращений (*инет, комп; оч, кста, канеш; Мб в пт встретимся?*) и индивидуальных форм написания (так называемый «язык падонков»: *какдила, красавчег, превед, нравлицца*). Основой изменений в информационных и развлекательных медиа являются цифровые технологии, которые часть системного явления глобализации [Yatsenko, Starovoytova 2020]. Поскольку языковые проблемы всегда были предметом дебатов в России, их классифицируют либо как языковые потрясения, либо как инновации, предпринимались попыт-

---

<sup>1</sup> Имеется в виду Федеральный закон от 1 мая 2019 г. № 90-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "О связи" и Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации"».

ки ответить на такие изменения с помощью нормативных актов, политических предписаний или программ культивирования.

Несмотря на главенство устности в социальных сетях и в компьютерно-опосредованной коммуникации, исследования обращают внимание на роль письменной речи и визуальной коммуникации (ср.: [Berdicevskis 2014]). Более широкое использование письменной речи в компьютерно-опосредованной коммуникации помогает инновациям говорящего / пишущего легко распространяться в письменной, но не так сильно в устной речи. Существует «стремление к тому, чтобы письменные слова имитировали речь» [Berdicevskis 2014: 110]. На то, что письменные тексты в современном обществе становятся всё более визуальными, уже намекал Н. Фэркло [Fairclough 1995]. Эта растущая визуализация наблюдается не только в современном мультимодальном сочетании текстового и визуального материала, но и на микроуровне, в структуре слова, фразы, предложения, комментария или пунктуации, и все эти особенности используются в цифровых контекстах. Визуальный канал отделяется от слухового: письмо становится таким же естественным, как и разговорный язык, а не просто запись речи [Berdicevskis 2014: 114].

В письменных средствах массовой информации находим инновационные структуры, новые стратегии производства письменной речи, новое смыслообразование, новую графологию и, в целом, изменения в дискурсе [Иссерс 2021]. Использование языка стало более разнообразным; И. Лунде [Lunde 2014], например, анализирует форму, стиль и риторику метаязыка СМИ, фокусируясь на отдельных видеороликах YouTube, которые она называет «партисипативные спектакли» (ср. также: [Androutopoulos 2013: 50]). Она фокусируется на том, как понимание, взгляды и мнения по лингвистическим вопросам артикулируются и обсуждаются в текстовых онлайн-комментариях, чтобы охарактеризовать форму и стиль русского метаязыка и описать речевое взаимодействие [Lunde 2014: 142]. И. Лунде делает вывод, что использование языка приобрело высокую степень игривости, саморефлективное и часто ироничное отношение – сдвиг от *информативного* к *перформативному* (ср.: [Lunde 2014: 153]). Она также утверждает, что этот перформативный метаязык, пожалуй, имеет общие черты во всех культурах и языках [Lunde 2014: 154].

Молодежь как активный *юзер* цифровых медиа стала наиболее уязвимой демографической группой для проникновения глобализации [Yatsenko, Starovoytova 2020: 212]. Уроки русского языка могут быть использованы для указания на манипулятивное влияние, некритический плюрализм и отсутствие ценностей в Сети, где «определенные жанры и типы взаимодействия доминируют в конкретных сетях» [Roesen, Zvereva 2014: 77]. В то же время язык можно использовать для того, чтобы показать учащимся, что культурные ценности формируются через языковой выбор. Знакомство с русскоговорящим человеком в Сети может означать

«построение динамической модели адресата»<sup>1</sup>, а не только «демонстрацию себя друг другу» (displaying oneself to each other, см.: [Roesen, Zvereva 2014: 79]).

Хорошо говорить по-русски, по словам М. Бергельсон, значит избегать «лингвистических ошибок, [которые] плохо воспринимаются», так как «чувствуешь, что произошло что-то неправильное»<sup>2</sup>. Учитывая это, Интернет представляется опасным пространством для изучающих РКИ: визуальная коммуникация, смайлики, множество индивидуальных новых орфографий, причудливые грамматические отклонения, нестандартный разговорный язык, и никто не редактирует стандартную норму. Предложения типа: *Ты в инстике посмотри, я репостнул, лайкнуть не забудь!* – вполне допускаются, и этот сетевой жаргон переносится из виртуального мира в реальную, повседневную жизнь. Но это означает, что на занятиях нужно осмелиться оставить традиционные методы преподавания и повысить осведомленность в процессе поиска молодыми людьми своей идентичности. Работа с медиаязыком – это не столько вопрос разрушения или творчества, а скорее способ, помогающий избежать разрыва поколений между преподавателями и учащимися, чему способствовало бы исключение интернет-языка из образовательной системы [Blinova, Gorbunova 2020: 79]. Подобно тому, как на уроках русского языка разумно использовать как литературный язык, так и разговорную речь, представляется целесообразным знакомить учащихся с особенностями русского интернет-сленга, не опасаясь, что это приведет к тотальной безграмотности молодого поколения.

### **Медиаграмотность и медиадидактические вопросы**

Овладение основами медиаграмотности и информационной безопасности входит в базовый уровень личностных и профессиональных компетенций всех участников образовательного процесса [Кузьмина 2014: 203].

В связи с этим возникает вопрос, что именно понимается под понятием «медиаграмотность» и какие навыки и умения охватываются «основами медиаграмотности» (см., напр.: [Eickelmann et al. 2019]). До сих пор в научном контексте не существует единого определения понятия «медиаграмотность» [Grünewald 2017: 245]. В научно-методической литературе встречаются самые различные термины, например «компьютерная компетентность», «компьютерная грамотность», «медиаграмотность», «медиакомпетентность», *media information literacy*, *media literacies* и др. Согласно Э.Г. Азимову, компьютерная грамотность включает в себя «понимание основ информатики и значения информационных технологий в жизни общества» [Азимов 2012: 328]. А.В. Федоров отмечает, что «медиакомпетент-

---

<sup>1</sup> Kazakova Yu. Understanding Russian Communication: Online and in Private // HSE University: official site. 8 Oct. 2015. URL: <https://www.hse.ru/en/news/162253191.html>.

<sup>2</sup> Ibid.

ность», или «медиаграмотность», состоит из множества различных навыков и умений, которые следует развивать у каждого гражданина, чтобы тот мог справиться с разнородными требованиями современного цифрового общества [Федоров 2010: 25–26]. Ссылаясь на компьютерную компетентность преподавателей РКИ, И.Ю. Низовая подчеркивает, что преподаватели, между прочим, должны уметь активно и целесообразно использовать цифровые средства коммуникации, электронные словари и энциклопедии, информационно-поисковые системы и сервисы Интернета для размещения видео-, фото- и аудиофайлов [Низовая 2012: 140].

В связи с растущей цифровизацией в области образования по поручению Совета Европы были разработаны общеевропейские модели медиаграмотности как для преподавателей (*DigCompEdu*), так и для учащихся и образовательной организации (*DigComp 2.1*). В них на базе «умею-дескрипторов» подробно описываются компетенции и навыки, которые педагоги и учащиеся должны приобрести в течение образовательного процесса. Вышеупомянутые модели основываются на пяти или шести различных сферах компетенций и от шести до восьми уровней владения цифровыми навыками (см. табл.). Как итог, учащиеся должны уметь находить нужную им информацию в Интернете и критически оценивать ее, самостоятельно создавать цифровые медиа при соблюдении авторских прав и собственной приватности и т. п. Педагогам, в свою очередь, необходимо приобрести навыки в разработке и переработке цифровых учебных материалов, в онлайн-оценке и в «цифровой методике», способствующей повышению степени автономии учащихся.

### Общеевропейские модели медиаграмотности для педагогов и учащихся

<i>DigCompEdu</i> [Punie, Redecker 2017: 8–9]	<i>DigComp 2.1</i> [Carretero, Vuorikari, Punie 2017: 21]
<b>Сферы компетенций</b>	
1) <i>Professional engagement</i> (профессиональное участие)	1) <i>Information and data literacy</i> (информационная грамотность и грамотность в области данных)
2) <i>Digital resources</i> (цифровые ресурсы)	2) <i>Communication and collaboration</i> (коммуникация и сотрудничество)
3) <i>Teaching and Learning</i> (преподавание и обучение)	3) <i>Digital content creation</i> (создание цифрового контента)
4) <i>Assessment</i> (оценка)	4) <i>Safety</i> (безопасность)
5) <i>Empowering learners</i> (расширение возможностей учащихся)	5) <i>Problem solving</i> (решение проблем)
6) <i>Facilitating learners' digital competence</i> (содействие цифровой компетентности обучающихся)	-
<b>Уровни владения</b>	
A1 ( <i>Awareness</i> ) – A2 ( <i>Exploration</i> ) – B1 ( <i>Integration</i> ) – B2 ( <i>Expertise</i> ) – C1 ( <i>Leadership</i> ) – C2 ( <i>Innovation</i> )	<i>Foundation</i> (1 & 2) – <i>Intermediate</i> (1 & 2) – <i>Advanced</i> (1 & 2) – <i>Highly Specialised</i> (1 & 2)



В 2018 г. была опубликована адаптированная и дополненная версия Общеввропейских компетенций владения иностранным языком [Council of Europe 2018: 92, 96–99]. На уровнях А1 и А2 внимание акцентируется на реактивном «использовании» цифровых средств и медиатекстов со стороны учащихся. На продвинутом этапе (В2) учащиеся, как правило, умеют активно и самостоятельно участвовать в онлайн-дискуссиях на изучаемом языке и устранять культурно обусловленные недоразумения [Council of Europe 2018: 96].

Из этого следует, что цифровая и межкультурная коммуникативная компетенции тесно между собой связаны. Именно поэтому существенно важно, чтобы преподаватели РКИ получили достаточную подготовку в самых различных сферах компетенций. В контексте медиаграмотности и межкультурного коммуникативного подхода к обучению РКИ педагогам прежде всего необходимо задуматься над вопросами: (1) имеют ли они сами достаточную подготовку? (2) как обучать будущих преподавателей РКИ в областях цифровой грамотности и межкультурной коммуникации? (3) как использовать цифровые технологии на уроках? [Бегалинов, Бегалинова 2018; Hubinová 2020].

Согласно результатам опроса, проведенного в 2019 г., среди учащихся и учителей РКИ в Германии, Австрии и Южном Тироле (Италия) цифровые средства (например, видео на YouTube, подкасты, авторские программы (как *Кахут!*), поисковые системы, онлайн-словари и энциклопедии) используются на уроках русского языка, в первую очередь, в целях развития навыков аудирования, повышения мотивации, расширения словарного запаса и развития межкультурных компетенции учащихся [Bacher 2021: 125, 127]. До пандемии коронавируса при обучении РКИ в немецкоязычных странах или школах почти никогда не применялись цифровые средства (например, коллаборативные текстовые редакторы, социальные сети, веб-квесты, блоги, чаты, форумы), требующие творческого и партиципательно-продуктивного подхода от учащихся [Bacher 2021: 125, 127]. В связи с этим результаты вышеупомянутого исследования показали, что значительная часть опрошенных учителей РКИ не получила достаточную подготовку в следующих сферах компетенций: (5) *расширение возможностей учащихся* и (6) *содействие цифровой компетентности обучающихся* [Bacher 2021: 132, 136–137]. Почти половина респондентов заметили, что не умеют самостоятельно создавать цифровые медиа, например веб-квесты, подкасты или видеозаписи. Кроме того, участники опроса остались недовольными как количеством, так и качеством существующих мероприятий по повышению квалификации в области медиаграмотности и Рунета [Bacher 2021: 137–138]. Из этого следует, что нужно значительно повысить уровень подготовки учителей РКИ в вышеупомянутых сферах компетенций и, таким образом, также их удовлетворенность полученным ими медиаобразованием. Точнее говоря, учителя РКИ должны уметь предостав-

лять ученикам разнообразные возможности для самостоятельной работы с цифровыми средствами и создания собственных медиапродуктов. По результатам проведенного опроса как педагоги, так и ученики нуждаются в дополнительной подготовке в сфере «безопасности (safety)» [Bacher 2021: 137–139], что следует учитывать при разработке новых учебных программ.

Во время пандемии использование цифровых средств на уроках РКИ бесспорно и по необходимости достигло пика. В это время несомненно сильно развивались цифровые навыки и умения всех участвующих в образовательном процессе. Эта тенденция должна и, по всей вероятности, будет продолжаться. Только таким образом можно удовлетворить потребности цифровизации.

### **Вместо резюме: Цифровые перспективы обучения РКИ**

Преподавание через Интернет требует новых возможностей и подходов для улучшения коммуникации и наблюдения за реакцией учащихся<sup>1</sup>. Для того чтобы поддерживать интерес учащихся к русскому языку, необходимо использовать их предрасположенность к его медиалекту, поскольку 98 % австрийских подростков сегодня, которые станут студентами колледжей и университетов завтра, используют Интернет в основном как средство общения посредством обмена мгновенными текстовыми сообщениями. Немецкоговорящая молодежь знакома с новым «языковым ландшафтом» в своем L1, поэтому имеет смысл сталкивать их именно с такими же текстами на русском языке, которые приходят из чатов и форумов, из личных блогов и сайтов социальных сетей, с фото- и видеоплатформ, онлайн-игр, веб-сериалов, веб-квестов, подкастов и многих других как нелинейных, так и коротких текстов, таких как слоганы, хэштеги или мемы, и таким образом пробуждать и стимулировать их мотивацию к изучению русского языка. О.С. Иссерс и Е.Г. Малышева, среди прочих, указывали на необходимость соответствующей подготовки филологов и будущих преподавателей РКИ в контексте с проблемой «динамики языковых норм, языковых новаций, модных слов и актуальных процессов» развития русского языка [Иссерс, Малышева 2018: 279].

Несмотря на это сходство медиакоммуникации в отдельных языках, важно помнить, что она также является культурно-специфической, и повышенная активность пользователей в новых медиа сама по себе имеет большое значение для культурных коммуникаций [Roesen, Zvereva 2014: 82]. «Пользователи склонны группироваться в зависимости от социального происхождения, культуры и врожденного вкуса» [Roesen, Zvereva 2014: 83]. Социальная коммуникация на российских сайтах социальных сетей, например, стала напоминать сложную структуру российского общества как такового [Roesen, Zvereva 2014: 84]. В последнее время социаль-

---

<sup>1</sup> Kazakova Yu. Op. cit.

ные сети зарекомендовали себя как новый канал коммуникации и новый ресурс для изучения широкого круга общественных вопросов [Gritsenko, Wijermars, Korotev 2021: 8]. С точки зрения трансформационного изучения и преподавания языка, которое должно учитывать, в частности, использование неадаптированных аутентичных материалов, ознакомление с разговорной речью и интеграцию нестандартного языка, а также использование более широкого разнообразия жанров аудирования и чтения во всем спектре платформ социальных сетей [Leaver, Campbell 2020: 154], в то же время необходимо знать об изменениях в русских медиалектах, чтобы учащиеся могли «превратиться в лингвистически и бикультурно (или мультикультурно. – С. Б., Г. Х., В. Ш.) компетентных и самостоятельных пользователей языка» [Leaver, Campbell 2020: 158], которые также готовы взять на себя большую ответственность за свое обучение.

Однако, помимо лингвистических аспектов, на уроках русского языка следует учитывать и другие последствия медиатизации. Используя примеры из практики Рунета, можно обсудить вопросы о СМИ и их связи с политической властью, чтобы в идеале вызвать более интенсивные размышления учащихся о собственном потреблении СМИ.

### ***Список литературы***

- Азимов Э.Г.* Информационно-коммуникационные технологии в преподавании русского языка как иностранного: методы, приемы, результаты. М.: Русский язык, 2012. 352 с.
- Бегалинов А.С., Бегалинова К.К.* Межкультурная коммуникация в контексте цифровизации и медиатизации // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество: ежегодник / отв. ред. В.И. Герасимов. М.: Ин-т науч. информации по обществ. наукам РАН, 2018. Вып. 1, ч. 2. С. 512–514.
- Иссерс О.С.* Дискурсивные практики нашего времени. М.: URSS, 2021. 272 с.
- Иссерс О.С., Мальшева Е.Г.* Лингводидактический потенциал медийных образовательных проектов (на материале проекта «Лица современной русистики») // Cross-Cultural Studies: Education and Science. 2018. Т. 3. № III. С. 279–283.
- Калинин О.В.* Инструменты воздействия на общественное мнение в цифровой публичной дипломатии России // Научный форум: юриспруденция, история, социология, политология и философия. 2019. № 7 (31). С. 27–33.
- Калинина Л.В.* Язык недоверия: Фейки, боты, тролли и другие // Семантика. Функционирование. Текст / отв. ред. Л.В. Калинина. Киров: Радуга-ПИРЕСС, 2019. С. 139–149.
- Клушина Н.И.* Медиатизация современной культуры и русский национальный стиль // Русская речь. 2014. № 1. С. 66–73.
- Кузьмина М.* Модели реализации и развития медиаобразования в Кировской области (из опыта работы института развития образования Кировской области) // Медиаобразование как фактор оптимизации российского медиапространства. М., 2014. С. 202–207.

- Мечковская Н.Б.* Русский язык в постсоветское время: Что сокращает и что расширяет общение по-русски? // *Russian language in the multilingual world* / eds. A. Nikunlassi, E. Protassova. Helsinki: University of Helsinki, 2019. С. 226–239. (Slavica Helsingiensia 52).
- Низовая И.Ю.* Профессиональная компетенция преподавателя русского языка как иностранного в области информационно-коммуникационных технологий // *Вестник Воронежского государственного технического университета*. 2012. Т. 8. № 10-1. С. 138–143.
- Полонский А.В.* Медиалект: Язык в контексте медийной культуры // *Современный дискурс-анализ*. 2018. № 3 (20), ч. 1. С. 188–197.
- Федоров А.В.* Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. 64 с.
- Andreevskikh O., Muravyeva M.* Doing gender online // *The Palgrave Handbook of Digital Russia Studies* / eds. D. Gritsenko, M. Wijermars, M. Kopotev. Cham: Palgrave Macmillan, 2021. P. 205–219. DOI: 10.1007/978-3-030-42855-6\_12.
- Androutsopoulos J.* Participatory culture and metalinguistic discourse: performing and negotiating German dialects on YouTube // *Discourse 2.0: Language and New Media* / eds. D. Tannen, A.M. Trester. Washington, DC: Georgetown University Press, 2013. P. 42–72.
- Bacher S.* Die Nutzung digital-elektronischer Medien im schulischen Russischunterricht. Eine Basisuntersuchung im deutschsprachigen Raum: Dissertation. 2021. 309 S.
- Berdicevskis A.* The written turn. How CMC actuates linguistic change in Russian // *Digital Russia. The language, culture and politics of new media communication* / eds. M.S. Gorham, I. Lunde, M. Paulsen. London: Routledge, 2014. P. 107–122.
- Blinova O.A., Gorbunova Y.A.* Assessment of the impact of the Internet language on the Russian language and the educational potential of digital hygiene practices // *Proceedings of the International Scientific Conference “Digitalization of Education: History, Trends and Prospects” (DETP 2020)*. Atlantis Press, 2020. P. 76–81. (Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Vol. 437). DOI: 10.2991/assehr.k.200509.015.
- Bulganová D.* Values in the media and their impact on young people // *Современный дискурс-анализ*. 2020. № 2 (26), ч. 1. С. 81–87.
- Carretero S., Vuorikari R., Punie Y.* DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens: With Eight Proficiency Levels and Examples of Use. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. 22 p. DOI: 10.2760/38842.
- Council of Europe 2018* – Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. Companion Volume with New Descriptors / Council of Europe. 2018. 227 p. URL: <https://rm.coe.int/cefr-companion-volume-with-new-descriptors-2018/1680787989>.
- Dawson A., Innes M.* How Russia’s internet research agency built its disinformation campaign // *The Political Quarterly*. 2019. Vol. 90, iss. 2. P. 245–256.
- Eickelmann B., Bos W., Gerick J., Labusch A.* Computer- und informationsbezogene Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern der 8. Jahrgangsstufe in Deutsch-

land im zweiten internationalen Vergleich // ICILS 2018 #Deutschland. Computer- und informationsbezogene Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern im zweiten internationalen Vergleich und Kompetenzen im Bereich Computational Thinking / Hrsg. B. Eickelmann, W. Bos, J. Gerick, F. Goldhammer, H. Schaumburg, K. Schwippert, M. Senkbeil, J. Vahrenhold. Münster; New York: Waxmann, 2019. S. 113–135.

*Fairclough N.* Critical discourse analysis. London: Longman, 1995. 265 p.

*Glenn C.* ‘Я – ГЕЙ! (I am gay!)’: Russian coming out video narratives on YouTube // Digital Icons. Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. 2021. No. 21. P. 131–147.

*Glenn C.* Мы не ошибка (We Are Not an Error): Documentary Film and LGBT Activism Against the Russian Anti-“Gay Propaganda” Campaign // LGBTQ+ Activism in Central and Eastern Europe / eds. R. Buyantueva, M. Shevtsova. Cham: Palgrave Macmillan, 2020. P. 77–100. DOI: 10.1007/978-3-030-20401-3\_4.

*Gritsenko D., Wijermars M., Kopotev M.* The Palgrave Handbook of Digital Russia Studies. Cham: Springer Nature, 2021. 612 p.

*Grünewald A.* Medienkompetenz // Metzler Lexikon Fremdsprachendidaktik: Ansätze, Methoden, Grundbegriffe / Hrsg. C. Surkamp. Stuttgart: J.B. Metzler, 2017. S. 245–246.

*Hartblay C., Klepikova T.* Bodyminds online: Digital mediated selves in online contexts // Digital Icons. Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. 2021. No. 21. P. 1–21.

*Hubinová J.* Language learning online – prioritised (case study) // Современный курс-анализ. 2020. № 2 (26), ч. 2. С. 32–43.

*Kriel C., Pavliuc A.* Reverse engineering Russian Internet Research Agency tactics through network analysis // Defence Strategic Communication. 2019. Vol. 6. P. 199–227. DOI: 10.30966/2018.RIGA.6.6.

*Krotz F.* Mediatisierung // Hepp A., Krotz F., Lingenberg S., Wimmer J. Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse. Wiesbaden: Springer, 2015. S. 439–451. DOI: 10.1007/978-3-531-19021-1\_45.

*Leaver B.L., Campbell Ch.* The shifting paradigm in Russian language pedagogy // The Art of Teaching Russian / eds. E. Dengub, I. Dubinina, J. Merrill. Georgetown University Press, 2020. P. 147–162. DOI: 10.2307/j.ctv18sqxnd.12.

*Lunde I.* On the performative character of computer-mediated metalanguage // Digital Russia. The language, culture and politics of new media communication / eds. M.S. Gorham, I. Lunde, M. Paulsen. London: Routledge, 2014. P. 141–155.

*Punie, Redecker 2017 – Redecker C.* European Framework for the Digital Competence of Educators: DigCompEdu / ed. Y. Punie. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. 93 p. DOI: 10.1010.2760/159770.

*Roesen T., Zvereva V.* Social network sites on the Runet: exploring social communication // Digital Russia. The language, culture and politics of new media communication / eds. M.S. Gorham, I. Lunde, M. Paulsen. London: Routledge, 2014. P. 72–87.

*Shushara T.V., Ustinova Yu.D., Braslavskaya E.A., Lopashova Yu.A., Plitka V.I.* Digital learning: Realities and perspectives of a new trend // SHS Web of Conferences. 2020. Vol. 79: International Scientific and Practical Conference “Theory and

Practice of Project Management in Education: Horizons and Risks”. Art. 01004. DOI: 10.1051/shsconf/20207901004.

Warner M. Publics and counterpublics // *Public Culture*. 2002. Vol. 14, iss. 1. P. 49–90.

Yatsenko O.Y., Starovoytova I.E. Digitization and Problems of National Culture // *Artificial Intelligence: Anthropogenic Nature vs. Social Origin*, ISC Conference - Volgograd: 13th International Scientific and Practical Conference / eds. E.G. Popkova, B.S. Sergi. Cham: Springer, 2020. P. 210–214. DOI: 10.1007/978-3-030-39319-9\_24.

### References

- Andreevskikh, O., Muravyeva, M. (2021), Doing gender online. Gritsenko, D., Wijermars, M., Kopotev, M. (eds.) *The Palgrave Handbook of Digital Russia Studies*, Cham, Palgrave Macmillan publ., pp. 205-219. DOI: 10.1007/978-3-030-42855-6\_12.
- Androutsopoulos, J. (2013), Participatory culture and metalinguistic discourse: performing and negotiating German dialects on YouTube. Tannen, D., Trester, A.M. (eds.) *Discourse 2.0: Language and New Media*, Washington, DC, Georgetown University Press, pp. 42-72.
- Azimov, E.G. (2012), *Informatsionno-kommunikatsionnye tekhnologii v prepodavanii russkogo yazyka kak inostrannogo: metody, priemy, rezul'taty* [Information and communication technologies in teaching Russian as a foreign language: methods, techniques, results], Moscow, Russkii yazyk publ., 352 p. (in Russian).
- Bacher, S. (2021), *Die Nutzung digital-elektronischer Medien im schulischen Russischunterricht. Eine Basisuntersuchung im deutschsprachigen Raum*, Dissertation, 309 p. (in German).
- Begalinov, A.S., Begalinova, K.K. (2018), Mezhekul'turnaya kommunikatsiya v kontekste tsifrovizatsii i mediatizatsii [Intercultural communication in the context of digitalization and mediatization]. Gerasimov, V.I. (ed.) *Bol'shaya Evraziya: razvitiye, bezopasnost', sotrudnichestvo* [Greater Eurasia: development, security, cooperation], annual, Iss. 1, pt. 2, Moscow, Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences publ., pp. 512-514. (in Russian).
- Berdicevskis, A. (2014), The written turn. How CMC actuates linguistic change in Russian. Gorham, M.S., Lunde, I., Paulsen, M. (eds.) *Digital Russia. The language, culture and politics of new media communication*, London, Routledge publ., pp. 107-122.
- Blinova, O.A., Gorbunova, Y.A. (2020), Assessment of the impact of the Internet language on the Russian language and the educational potential of digital hygiene practices. *Proceedings of the International Scientific Conference “Digitalization of Education: History, Trends and Prospects” (DETP 2020)*, Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Vol. 437, Atlantis Press, pp. 76-81. DOI: 10.2991/assehr.k.200509.015.
- Bulganová, D. (2020), Values in the media and their impact on young people. *Sovremennyyi diskurs-analiz*, No. 2 (20), pt. 1, pp. 81-87.
- Carretero, S., Vuorikari, R., Punie, Y. (2017), *DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens*, With Eight Proficiency Levels and Examples of Use, Luxembourg, Publications Office of the European Union, 22 p. DOI: 10.2760/38842.

- Council of Europe (2018), *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. Companion Volume with New Descriptors*, 227 p., available at: <https://rm.coe.int/cefr-companion-volume-with-new-descriptors-2018/1680787989>.
- Dawson, A., Innes, M. (2019). How Russia's internet research agency built its disinformation campaign. *The Political Quarterly*, Vol. 90, iss. 2, pp. 245-256.
- Eickelmann, B., Bos, W., Gerick, J., Labusch, A. (2019), Computer- und informationsbezogene Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern der 8. Jahrgangsstufe in Deutschland im zweiten internationalen Vergleich. Eickelmann, B., Bos, W., Gerick, J., Goldhammer, F., Schaumburg, H., Schwippert, K., Senkbeil, M., Vahrenhold, J. (eds.) *ICILS 2018 #Deutschland. Computer- und informationsbezogene Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern im zweiten internationalen Vergleich und Kompetenzen im Bereich Computational Thinking*, Münster, New York, Waxmann publ., pp. 113-135. (in German).
- Fairclough, N. (1995), *Critical discourse analysis*, London, Longman publ., 265 p.
- Fedorov, A. (2010), *Media Education Dictionary: Media Education, Media Literacy, Media Studies, Media Competence*, Taganrog, Taganrog State Pedagogical Institute publ., 64 p. (in Russian).
- Glenn, C. (2021), 'Я – ГЕЙ! (I am gay!)': Russian coming out video narratives on YouTube. *Digital Icons, Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media*, No. 21, pp. 131-147.
- Glenn, C. (2020), Мы не ошибка (We Are Not an Error): Documentary Film and LGBT Activism Against the Russian Anti-"Gay Propaganda" Campaign. Buyantueva, R., Shevtsova, M. (eds.) *LGBTQ+ Activism in Central and Eastern Europe*, Cham, Palgrave Macmillan publ., pp. 77-100. DOI: 10.1007/978-3-030-20401-3\_4.
- Gritsenko, D., Wijermars, M., Kopotev, M. (2021), *The Palgrave Handbook of Digital Russia Studies*, Cham, Springer Nature publ., 612 p.
- Grünewald, A. (2017), Medienkompetenz. Surkamp, C. (ed.) *Metzler Lexikon Fremdsprachendidaktik: Ansätze, Methoden, Grundbegriffe*, Stuttgart, J.B. Metzler publ., pp. 245-246. (in German).
- Hartblay, C., Klepikova, T. (2021), Bodyminds online: Digital mediated selves in online contexts. *Digital Icons, Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media*, No. 21, pp. 1-21.
- Hubinová, J. (2020), Language learning online – prioritised (case study). *Sovremennyyi diskurs-analiz*, No. 2 (20), pt. 2, pp. 32-43.
- Issers, O.S. (2021), *Diskursivnye praktiki nashego vremeni* [Discursive practices of our time], Moscow, URSS publ., 272 p. (in Russian).
- Issers, O.S., Malysheva, E.G. (2018), Lingvodidakticheskii potentsial mediinykh obrazovatel'nykh proektov (na materiale proekta «Litsa sovremennoi rusistiki») [Linguodidactic potential of media educational projects (based on the material of the project "Faces of Modern Russian Studies")]. *Cross-Cultural Studies: Education and Science*, Vol. 3, no. III, pp. 279-283. (in Russian).
- Kalinin, O. (2019), The tools of Russian public digital diplomacy for influence on public opinion. *Nauchnyi forum: yurisprudentsiya, istoriya, sotsiologiya, politologiya i filozofiya*, No. 7 (31), pp. 27-33. (in Russian).

- Kalinina, L.V. (2019), Yazyk nedoveriya: Feiki, boty, trolli i drugie [The language of distrust: Fakes, bots, trolls and others]. Kalinina, L.V. (ed.) *Semantika. Funktsionirovanie. Tekst* [Semantics. Functioning. Text], Kirov, Raduga-PRESS publ., pp. 139-149. (in Russian).
- Klushina, N.I. (2014), Mediatizatsiya sovremennoi kul'tury i russkii natsional'nyi stil' [Mediatization of modern culture and Russian national style]. *Russian Speech*, No. 1, pp. 66-73. (in Russian).
- Kriel, C., Pavliuc, A. (2019), Reverse engineering Russian Internet Research Agency tactics through network analysis. *Defence Strategic Communication*, Vol. 6, pp. 199-227. DOI: 10.30966/2018.RIGA.6.6.
- Krotz, F. (2015), Mediatisierung. Hepp, A., Krotz, F., Lingenberg, S., Wimmer, J. *Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse*, Wiesbaden, Springer publ., pp. 439-451. DOI: 10.1007/978-3-531-19021-1\_45. (in German).
- Kuz'mina, M. (2014), Modeli realizatsii i razvitiya mediaobrazovaniya v Kirovskoi oblasti (iz opyta raboty instituta razvitiya obrazovaniya Kirovskoi oblasti) [Models of implementation and development of media education in the Kirov region (from the experience of the Institute of Education Development of the Kirov region)]. *Mediaobrazovanie kak faktor optimizatsii rossiiskogo mediaprostranstva* [Media Education as a factor of optimization of the Russian media space], Moscow, pp. 202-207. (in Russian).
- Leaver, B.L., Campbell, Ch. (2020), The shifting paradigm in Russian language pedagogy. Dengub, E., Dubinina, I., Merrill, J. (eds.) *The Art of Teaching Russian*, Georgetown University Press, pp. 147-162. DOI: 10.2307/j.ctv18sqxnd.12.
- Lunde, I. (2014), On the performative character of computer-mediated metalanguage. Gorham, M.S., Lunde, I., Paulsen, M. (eds.) *Digital Russia. The language, culture and politics of new media communication*, London, Routledge publ., pp. 141-155.
- Mechkovskaya, N.B. (2019), Russkii yazyk v postsovetskoe vremya: Chto sokrashchaet i chto rasshiraet obshchenie po-russki? [Russian language in the post-Soviet period: What reduces and what expands communication in Russian?]. Nikunlassi, A., Protassova, E. (eds.) *Russian language in the multilingual world*, Slavica Helsingiensia 52, Helsinki, University of Helsinki publ., pp. 226-239. (in Russian).
- Nizovaja, I.Ju. (2012), Professional competence of teacher [sic] of Russian as a foreign language in the field of computer technologies. *Bulletin of Voronezh State Technical University*, Vol. 8, no. 10-1, pp. 138-143. (in Russian).
- Polonskiy, A.V. (2018), Medialect: language in the context of media culture. *Sovremnyi diskurs-analiz*, No. 3 (20), pt. 1, pp. 188-197. (in Russian).
- Punie, Y. (ed.), Redecker, C. (2017), *European Framework for the Digital Competence of Educators: DigCompEdu*, Luxembourg, Publications Office of the European Union, 93 p. DOI: 10.1010.2760/159770.
- Roesen, T., Zvereva, V. (2014), Social network sites on the Runet: exploring social communication. Gorham, M.S., Lunde, I., Paulsen, M. (eds.) *Digital Russia. The language, culture and politics of new media communication*, London, Routledge publ., pp. 72-87.
- Shushara, T.V., Ustinova, Yu.D., Braslavskaya, E.A., Lopashova, Yu.A., Plitka, V.I. (2020), Digital learning: Realities and perspectives of a new trend. *SHS Web of*



*Conferences*, Vol. 79: International Scientific and Practical Conference “Theory and Practice of Project Management in Education: Horizons and Risks”, art. 01004. DOI: 10.1051/shsconf/20207901004.

Warner, M. (2002), Publics and counterpublics. *Public Culture*, Vol. 14, iss. 1, pp. 49-90.

Yatsenko, O.Y., Starovoytova, I.E. (2020), Digitization and Problems of National Culture. Popkova, E.G., Sergi, B.S. (eds.) *Artificial Intelligence: Anthropogenic Nature vs. Social Origin*, ISC Conference - Volgograd: 13th International Scientific and Practical Conference, Cham, Springer publ., pp. 210-214. DOI: 10.1007/978-3-030-39319-9\_24.

---

---

## LANGUAGE CHANGE AND MEDIA LITERACY: PERSPECTIVES ON RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE TEACHING IN THE DIGITAL AGE

S. Bacher<sup>1</sup>, G. Howanitz<sup>2</sup>, W. Stadler<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> *University of Innsbruck (Innsbruck, Austria)*

**Abstract:** An analysis of recent publications offers either a bleak or a bright perspective on Russian as a foreign language teaching: While some authors paint a dark future changing the face of humans into an artificial synthesis with a robot, others indulge in mobile technologies of language learning projects, transforming the analogue classroom into a digital space with virtual learning tools where native-speaker teachers work with foreign language learners from generation Z. There is no doubt that Russian language classrooms are adapting to the use of the Internet, social media and e-textbooks. In view of the above, an important question is how to support (future) teachers and learners in the digitalisation process. A basic prerequisite for the purposeful use of new media in the classroom is media literacy for both teachers and students. The aim of our research is how to teach Russian language learners media literacy, linguistic behaviour, and how to motivate them in a new dynamic era where English dominates global communication. In this context, we refer to the achievements of Internet research. Subject sciences and language pedagogy can work together to point out the overlapping processes of a globalised Internet, on the one hand, and a Russian-speaking Runet, on the other hand – processes which emphasise the importance of the knowledge of the Russian language. The results of our study demonstrate how the cultural characteristics of the Runet can help teachers to connect to the learners' experience and to explain media-didactic issues at the same time (online counterpublics, "fake news", etc.).

**Key words:** mediatisation, digitalisation, Russian as a foreign language teaching, cultural features, media literacy.

### **For citation:**

Bacher, S., Howanitz, G., Stadler, W. (2022), Language change and media literacy: perspectives on Russian as a foreign language teaching in the digital age. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 9, no. 2, pp. 381-398. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).381-398. (in Russian).

***About the authors:***

<sup>1</sup> **Bacher, Sonja**, PhD, Russian language teacher, senior lecturer

<sup>2</sup> **Howanitz, Gernot**, PhD, Lecturer in Slavic Literature and Cultural Studies

<sup>3</sup> **Stadler, Wolfgang**, PhD, Professor in Russian Linguistics and Russian Language Pedagogy

***Corresponding authors:***

<sup>1,2,3</sup> Postal address: 52/IV, Innrain, Innsbruck, A-6020, Austria

<sup>1</sup> E-mail: [sonja.bacher@uibk.ac.at](mailto:sonja.bacher@uibk.ac.at)

<sup>2</sup> E-mail: [gernot.howanitz@uibk.ac.at](mailto:gernot.howanitz@uibk.ac.at)

<sup>3</sup> E-mail: [wolfgang.stadler@uibk.ac.at](mailto:wolfgang.stadler@uibk.ac.at)

***Received:*** December 15, 2021

***Revised:*** February 23, 2022

***Accepted:*** March 24, 2022

**LEXICOGRAPHIC DESCRIPTION  
IN LINGUOCULTUROLOGICAL DICTIONARIES:  
A REVIEW OF MODERN APPROACHES**

**A.G. Ratnikova<sup>1</sup>, V.V. Boguslavskaya<sup>2</sup>, A.S. Mamontov<sup>3</sup>, Trinh Thi Kim Ngoc<sup>4</sup>**  
<sup>1,2,3</sup> *Pushkin State Institute of the Russian Language (Moscow, Russia)*  
<sup>4</sup> *Vietnam Academy of Social Sciences (Hanoi, Vietnam)*

**Abstract:** The article deals with issues related to the experience of domestic linguoculturological lexicography. The authors analyze how different lexical units, are represented in lexicography: in linguocultural, linguoculturological and cultural dictionaries. The aim of the study is to identify key selection criteria and lexicographic descriptions of linguistic and cultural units in dictionaries of this type and subsequently apply the obtained data in order to develop a concept for a Nationally Oriented Linguistic and Regional Educational Dictionary for Vietnamese speakers studying the Russian language. The study is carried out in line with modern trends in educational lexicography, which takes into account the ideas of communicative didactics. Its relevance and significance stem from its applied nature. As a result of the study, the authors gained an understanding of the principles of construction (the macro- and microstructure of the dictionary) and lexicographic description in linguoculturological dictionaries.

**Key words:** lexicography, linguoculturological dictionaries, communicative didactics, nationally oriented education, Russian as a foreign language, dialogue of cultures.

**For citation:**

Ratnikova, A.G., Boguslavskaya, V.V., Mamontov, A.S., Trinh Thi Kim Ngoc (2022), Lexicographic description in linguoculturological dictionaries: a review of modern approaches. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 9, no. 2, pp. 399-412. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).399-412.

**About the authors:**

<sup>1</sup> **Ratnikova, Albertina Germanovna**, PhD, lecturer of the Department of Russian as a Foreign Language

ORCID: 0000-0003-3480-4798

<sup>2</sup> **Boguslavskaya, Vera Vasilievna**, Prof., Professor of the Department of Russian Literature and Intercultural Communication

ORCID: 0000-0003-4118-382X

<sup>3</sup> **Mamontov, Aleksandr Stepanovich**, Prof., Professor of the Department of Russian Literature and Intercultural Communication

*ORCID*: 0000-0002-6703-637X

<sup>4</sup> **Trinh Thi Kim Ngoc**, Doctor of Philology, Professor, Scientific Advisor on Cultural and Social Issues of the Institute of Human Studies

***Corresponding authors:***

<sup>1,2,3</sup> Postal address: 6, Akademika Volgina ul., Moscow, 117485, Russia

<sup>4</sup> Postal address: 1, Lieu Giai str., Ba Dinh District, Hanoi, 100118, Vietnam

<sup>1</sup> E-mail: porijoki@nextmail.ru

<sup>2</sup> E-mail: boguslavskaya@gmail.com

<sup>3</sup> E-mail: as-mamontov2@yandex.ru

<sup>4</sup> E-mail: ngocha098@gmail.com

***Acknowledgments:***

The study was funded by Russian Foundation for Basic Research, project No. 20-512-92001 "Development of the Concept of a Nationally Oriented Linguistic and Regional Educational Dictionary of the Russian Language for Vietnamese speakers"

***Received:*** February 26, 2022

***Revised:*** March 1, 2022

***Accepted:*** March 24, 2022

**1. Introduction**

At the present stage in the development of educational lexicography, the principles of describing linguoculturological information are becoming increasingly important. Based on the postulate that language and culture are a single unit, in which language becomes a reflection of culture and performs a nominative function, as well as being able to reflect the supra-linguistic content "hidden" behind linguistic units, modern educational lexicography seeks to develop such a source of information that would contribute to the immersion of the student in a given culture through its language. Thus, it would be possible to implement the important foreign language education principle that learning a foreign language grants an opportunity of getting to know a foreign culture. More other the received knowledges should give the learners opportunity to be able to process, understand and produce speech appropriate for the variety of communicative situations (for example [Baeva 2017: 89]) or communicative events [Richard 2006: 10].

The issue under consideration is a relevant one. There are several fields in lexicography such as the compiling of linguocultural, linguoculturological, and cultural dictionaries, that are concerned with a similar task. In addition,

scientific literature contains such terms as 'linguoculturological lexicography', 'linguoculturography', 'cultural lexicography' and 'linguoculturological lexicography'.

According to N.A. Luk'yanova, linguoculturological dictionaries may include lexicographic sources, "combine linguistic information with information about the cultural realities denoted by such linguistic units, along with verbalized representations, images, and associative links that exist in the minds of native speakers of the Russian language" [Luk'yanova 2006: 306]. Naturally, it is culture that becomes the object of description in dictionaries of this type. At the same time, it is important to emphasize that linguoculturological lexicography is deeply axiological. The culture that the lexicographer seeks to describe is both material (description of cultural realities, cultural values) and supermaterial (the object of description is the mental representations of social values).

The task of developing a modern nationally-oriented educational dictionary [Mamontov et al. 2020, 2021] indicates the need for a detailed study of the experience of educational lexicography, specifically linguoculturological lexicography, which makes it possible to describe the language as verbalized culture, as a value in itself (since the national language is one of the most important cultural values).

The present research builds on the works of the founders of the national educational linguocultural lexicography, among whom are P.N. Denisov [Denisov, Morkovkin 1978; Denisov 1980], E.M. Vereshchagin, V.G. Kostomarov [Vereshchagin, Kostomarov 1990], V.V. Morkovkin [Morkovkin 1986], Yu.E. Prokhorov [Prokhorov 2008], A.R. Room [Room 1980], G.D. Tomakhin [1982], V.P. Felitsyna [Felitsyna, Mokienko 1990; Felitsyna, Prokhorov 1979], T.N. Chernyavskaya [Chernyavskaya 1984], B.T. Atkins [Atkins 1996; Atkins, Rundell 2008], A.P. Cowie [Cowie 1998] and others.

## **2. Material, methods, and review**

One of the most significant principles of teaching Russian as a foreign language is considering the native language and culture of students, i. e. their "language culture" (a term coined by E.I. Passov) [Passov 2015: 23]. This principle gave impetus to the creation and development of a nationally oriented methodology for teaching foreign languages. Today, the entire complex of nationally-specific factors that affect the process of forming a second linguistic personality (one of the basic goals of teaching foreign languages), and, above all, such factors as the trinity of language, mentality, and culture [Chafonova 2016: 139].

The tasks of a nationally oriented educational lexicography of a linguoculturological orientation are in many ways similar to lexicography aimed at a reader who may be of any national linguoculture, but there are also important differences. One of these differences is the desire of nationally oriented lexicography to implement the principle of 'the dialogue of cultures' which

implies the creation of different linguocultures between representatives, i. e. the creation of such a single cultural communicative space that allows them to avoid cultural differences and barriers, to accept not only the similarities that bring together linguocultural communities, but also the differences that distinguish peoples.

The purpose of this study is to identify key criteria for selecting and describing linguocultural units in linguoculturological dictionaries and implies the performance of several sequential tasks. Firstly, it is necessary to select lexicographic sources relevant for this study; secondly, to conduct a detailed analysis of dictionary entries as well as to identify the main features of how linguocultural information is presented in them; and, finally, to determine the principles of the lexicographic description of a foreign culture as the basic goal of educational nationally oriented lexicography.

The material of the study is linguistic and cultural, linguoculturological, and cultural dictionaries, i.e. dictionaries the primary task of which is to describe culture.

### **3. Results and Discussion**

#### **3.1. Linguistic and cultural dictionaries**

According to the definition given in the Dictionary of Methodological Terms by E.G. Azimov and A.N. Shchukin, linguistic and regional studies are “an aspect in the practical course of a foreign language and the theoretical course in the methodology of its teaching. Originating within the methodology of teaching Russian as a foreign language in the 1970s and 1980s, linguistic and regional studies were originally interpreted as a field related to the study of ways and means of acquainting foreign students with the reality of the country. In the 90s, the content of linguistic and regional studies was refined and began to be interpreted as a methodological discipline that deals with selecting and presenting in the educational process information about the national and cultural specifics of speech communication of a linguistic personality to ensure the communicative competence of foreigners studying the Russian language” [Azimov, Shchukin 1999: 139]. A focus on the linguistic personality of the native speaker of the studied language came from the idea of Yu.N. Karaulov that “one cannot know the language itself without going beyond its limits, without turning to its creator, carrier, user – to a person, to a specific linguistic personality” [Karaulov 2002: 7].

The target reader of the linguistic and cultural dictionary is most often a foreign student. The method of description in linguocultural dictionaries is a linguocultural commentary that provides the necessary information about a linguocultural unit. This includes national and cultural realities of history, art, science, traditions, holidays, precedent texts, phraseological and non-equivalent lexical units, etc., everything that reflects nationally and culturally significant information about the people, the native speaker, and the country.

The most famous linguocultural dictionaries are “People's education in the USSR” (Moscow, Russkii yazyk publ., 1983) created by M.L. Denisova, V.P. Felitsyna and Yu.E. Prokhorov’s “Russian proverbs, sayings, and popular expressions” (Moscow, 1979) and “Russian phraseological units”, edited by E.M. Verezhchagin and V.G. Kostomarov in 1979 and 1990 respectively, “Artistic Culture of the USSR” by T.N. Chernyavskaya, published in 1984, linguistic and cultural dictionaries by A.A. Akishina, H. Kano, T.E. Akishina (“Gestures and facial expressions in Russian speech”; Moscow, 1991), L.I. Kharchenko’s “People are greeted by clothes... Secrets of the Russian costume” (St. Petersburg, 1994) and a large linguocultural dictionary called “Russia” under the general editorship of Yu.E. Prokhorov.

All the linguistic and cultural dictionaries listed above are dedicated to the Russian-speaking culture and reflect the realities of Russia. They are intended for a wide range of readers who study the Russian language and wish to get acquainted with Russian culture. These dictionaries are monolingual (the language is Russian) and are not nationally oriented, unlike, for example, such linguocultural dictionaries as Yu.E. Prokhorova, V.I. Borisenko, Likai Go ʘ “History and culture of Russia” (focused on a reader who speaks Chinese), English-Russian linguistic and regional dictionary “America” (Smolensk, 1996), linguistic and regional dictionary “Great Britain” (Moscow, 1980), large linguistic and cultural dictionary “France” under the general editorship of L.G. Vedenina (Moscow, 2008), linguistic and cultural dictionary “Germany: country and language” by D.G. Mal'tseva (Moscow, 2001) (all focused on Russian-speaking readers).

Let's take a closer look at an example of a lexicographic description in the bilingual dictionary “France”.

***toque f** – Headdress without a brim. Known from the second half of the 16th century. The silhouette, wearing style, and design changed over the centuries: made either smaller or larger, they were sewn from velvet, silk, satin, felt, decorated with flowers and feathers. They were extremely diverse: in the Middle Ages they served as a headdress for judges, lawyers, professors, then they were worn as bonnets (XVIII century), and women's hats (XIX–XX centuries).*

The dictionary entry contains encyclopedic information about the realities of French life. Linguistic information is minimal, only an indication of grammatical gender. Judging by the dictionary entry in question, we can conclude that the dictionary is not educational and is intended for a wide range of readers interested in the culture of France.

For comparison, let's turn to the entries in the “Americana” dictionary (Smolensk, Poligramma publ., 1996).

***frontier days** (Cheyenne Frontier Days Rodeo) The oldest and largest celebration of rodeo. Since 1897, held annually in the last week of July in Cheyenne, Wyoming. **Cowboy** competitions are complemented by **Country and Western music** concerts with famous performers, Indian dances, **chuckwagon races**, parades, and exhibitions.*

In the dictionary entry, which is encyclopedic, attention is drawn to the references to linguocultural realities encountered in the text, which have their English spelling indicated.

An unusual phenomenon is the presence in the linguistic and regional dictionary of the description of trademarks, which is associated with the orientation of the dictionary to readers involved in translation activities. For example,

**tropicana** *Tropicana (orange juice); "Tropicana" is a trademark of the Florida firm "Tropicana Products", Tropicana Products Inc.*

**camay** *Trademark for soap containing cold cream; Produced by the Procter and Gamble Company (Procter and Gamble Co.) Produced since 1926, for many years advertised as "soap for beautiful women", and the name is associated with a cameo stamp on each bar.*

The dictionary also contains articles that tell about slogans and expressions from everyday communication.

**don't trust anyone over thirty**, *org. "Don't trust anyone over thirty" is one of the slogans of counterculture, the appeal neither to trust the government nor to provide them any support, pronounced in 1964 by Jack Weinberg, a member of the Berkeley Free Speech Movement.*

**what's up doc?** *("What's up, Doc?") is a greeting attributed to Bugs Bunny, a famous cartoon character and at present is commonly used in speech. firmly established in the spoken language*

We also give an example of a dictionary entry from the linguistic and regional dictionary "Great Britain".

**ACADEMY OF ST MARTIN-IN-THE-FIELDS** *Academy of the Church of St. Martin in the Fields (one of the leading chamber orchestras. Founded in London in the 60s; the first concerts were given in the Church of St. Martin in the Fields [St Martin-in-the-Fields])*

This dictionary entry contains a brief encyclopedic reference on British culture.

As can be seen from these examples, the articles of the above bilingual linguocultural dictionaries consist primarily of a country-specific, culturological commentary, which is a concise reference to the realities of culture and life of the described country.

To understand the peculiarities of lexicographic representation of the cultural component, that is, how cultural vocabulary is semantized in linguistic and regional dictionaries, let us dwell in more detail on the content and structure of the linguistic and regional dictionary "Russia".

The description of this dictionary says that in it "for the first time, dictionary entries ... are headed by words naming such realities of life, history, culture, nature, etc., which entered into speech as national names of significant events, concepts, objects, customs (hut, birch, Victory Day, "Mariinka", "Aurora", Arbat, Battle for Moscow, "A Christmas tree was born in the forest" and many



others)" [Prokhorov 2007: 2]. This concept for organizing the lexicographic content reflects the idea of axiocentricity in the presentation of linguocultural information because it focuses on values as the basis of any linguoculture. So, for example, according to E.I. Passov, for a Russian person, such values are their first doll, the sounds of their native speech, the Kremlin and St. Basil's Cathedral, Baba Yaga and Vasilisa the Beautiful, pancakes for Shrovetide, their native city, cornflower and daisy fields, Pushkin's poems, cosmonaut Gagarin, scientists Pavlov and Mendeleev, native sayings, etc. [Passov 2015: 24].

The "Russia" dictionary included "language units that have a national-cultural background, that is, a certain set of additional information and associations related to national history and culture and known to all Russians. Moreover, the national-cultural background of a language unit necessarily includes well-known words and expressions":

- words and phrases naming facts and phenomena of nature, national history, and culture;
- proper names: toponyms, anthroponyms (names of real people – historical figures, statesmen, scientists, writers, etc.; names of fictional characters from folklore and literature);
- names of well-known literary works, works of fine art, music, theater, and cinema.

According to the authors of the dictionary, what sets linguocultural dictionary "Russia" apart from other linguocultural dictionaries is the inclusion in its vocabulary of only those linguistic units that "have a verbally expressed cultural background" [Prokhorov 2007: 3].

As an example, consider a dictionary entry dedicated to the language unit "birch". Both in the paper version of the dictionary and in its electronic version, this dictionary entry consists of the following components: heading word; its interpretation (encyclopedic information); cultural information (description of a given language unit in the culture and life of the Russian people (for example, its connection with the holiday of the Holy Trinity; the unit's image in Russian poetry with an excerpt from a poem by S. Yesenin; the image of the birch in fine arts illustrated with "Birch Grove" by A. Kuindzhi); the use of a language unit in language and speech (for example, the expression "slender as a birch").

It can be concluded that this dictionary contains a comprehensive description of linguocultural units as a part of the national cultural space. The dictionary entry succinctly sets out both the actual cultural and linguocultural facts, allowing for a comprehensive acquaintance with the concept. Illustrative material deserves special attention, which, in our opinion, is necessary for a full understanding and perception of an object of a foreign culture. In the dictionary under consideration, illustrative material plays a significant role and serves both lexicographic purposes (for a more accurate interpretation of a language unit) and as a decoration of the dictionary.

### 3.2. Linguoculturological dictionaries

Linguistic and cultural dictionaries deserve special attention in the light of our research.

At the present stage of its development, linguocultural studies are closely related to the achievements of linguoculturology, “a synthesizing scientific discipline that studies the relationship and interaction of culture and language and reflects this process as an integral structure of units in the unity of their linguistic and extralinguistic content. The object of linguoculturology is the study of the relationship and interaction of culture and language in the process of their functioning, and the subject is material and spiritual culture created by man, i.e. everything that makes up the “linguistic picture of the world” [Azimov, Shchukin 1999: 135]. V.V. Vorob’ev’s monograph “Linguoculturology” [Vorob’ev 1994] is widely known.

Cultural linguistics is an interdisciplinary science closely related to sociolinguistics, ethnolinguistics, psycholinguistics, contrastive and cognitive linguistics, and other scientific areas. This important feature of linguoculturology has given rise to a wide range of questions and subjects of research within this discipline.

Linguocultural description of language units, in contrast to the linguocultural commentary, is characterized by the use of semantic, cognitive, interpretative, contrastive techniques to describe linguocultural phenomena. Unlike linguocultural dictionaries, in which the description of the phenomena of material culture is often brought to the fore, linguoculturological dictionaries seek to explain the hidden connotative component of linguocultural units. Linguistic culture units become the subject of lexicography in linguoculturological dictionaries, for example, cultural constants (“Dictionary of Russian Culture” by Y.S. Stepanov), concepts (“Dictionary of Russian Mentality” by V.V. Kolesov, etc.), phraseological units (“The Big Phraseological Dictionary of the Russian Language. Meaning. Use. Cultural Commentary” edited by V.N. Teliya), “Precedent texts, names and sayings, mythological characters, images of animals associated with Russian folk culture” by I.S. Brileva, V.V. Krasnykh, and others, “The Russian Cultural Space”, etc).

The following dictionaries can also be referred to as linguoculturological dictionaries: “Dictionary of the cultural vocabulary of Russian classics: based on school curriculum literature” by S.K. Biryukova (Moscow, 1999), “Concepts of Russian culture in intercultural communication” by L.K. Mullagalieva (Moscow, 2006), “Associative dictionary of Russian ethnocultural vocabulary” by M.Kh. Manlikov (Frunze, 1989), “Russian language and Russian culture: ethnocultural dictionary” by M.Kh. Manlikov (Bishkek, 1998), “Dictionary of assessments of a person's appearance” by V.M. Boguslavsky (Moscow, 1994); “Explanatory Dictionary of Women's Names” N.P. Kolesnikov (Moscow, 2002); “Language of Old Moscow: Linguistic Encyclopedic Dictionary” by V.S. Elistratov (Moscow, 1997) and others.

All of the above dictionaries are intended for the Russian-speaking reader, therefore, for our purposes, we will focus less on the content of dictionary entries, and more on the content of dictionaries themselves. For example, let's consider the content of the dictionary "Concepts of Russian culture in intercultural communication" [Mullagalieva 2006], intended for high school students, and university students of the humanities.

This dictionary contains three basic thematic groups:

1) "People" with subgroups of concepts

– "Inner world" (for example, the concepts of "soul", "conscience");

– "Perception of the world. Life" (for example, the concepts "fate", "life", "light");

– "Housing. Labor" (for example, the concepts "house", "hut");

– "Kinship relations" (for example, the concepts "mother", "family");

– "Intrinsic relations" (for example, the concepts "wife", "husband");

2) "Society" with subgroups of concepts (not all are given):

– "State. Space" (for example, the concepts "Kremlin", "Motherland");

– "Customs" ("hospitality");

– "Traditional toy" (for example, the concept of "matryoshka");

– "Faith" (for example, the concepts "God", "prayer");

– "Holidays" (for example, the concepts "Easter", "Christmas");

3) "Nature" with subgroups of concepts:

– "Universe. Celestial bodies";

– "Elements";

– "Plant world" (for example, the concepts "birch", "cornflower", "viburnum");

– "Animal world" (for example, the concepts "bear", "swan").

The above dictionary structure is of interest, among other things, because of the scrupulous classification of concepts into thematic groups, for example, the allocation of subgroups "kinship relationships" and "peculiar relationships". Some of the concepts selected for the dictionary are universal, others are idioethnic, that is, unique, non-equivalent, or partially equivalent for other linguistic cultures.

### 3.3. Cultural Dictionaries

Finally, let's turn to cultural dictionaries. According to the "Great Dictionary of Cultural Studies", cultural studies is "a complex science of culture that draws a holistic picture of the culture of the world and its constituent cultural elements", as well as "the science of the most general laws of the development of culture as a system with a complex internal structure that is in constant development and interconnection with other systems and society as a whole". Cultural dictionaries are designed to describe the phenomena of culture in all its diversity, depending on the goals and objectives of the dictionary, its addressee, subject matter, etc.

There are many cultural dictionaries of various types and kinds. For example, "Dictionary of Culture of the 20th century" by V.P. Rudnev (Moscow,

Agraf publ., 1997); "Culture of China: A Dictionary and Reference Book" by G.A. Tkachenko (Moscow, Muravei publ., 1999); "Russian Historical and Household Dictionary" by L.V. Belovinsky (Moscow, 1999); "Dictionary of Orthodox Church Culture" by G.N. Sklyarevskaya (St. Petersburg, Nauka publ., 2000) and many others.

One example of a bilingual educational dictionary is the Russian-English dictionary "Russia" (Moscow, 2002), edited by S.G. Ter-Minasova.

Let's consider examples of dictionary entries presented in that dictionary.

**А ВОЗ И НЫНЕ ТАМ** (*I. Krylov*) *The cart is still upon the selfsame spot* (Trans. by H. Harrison). *Things haven't budged an inch.*

**Я ПОМНЮ ЧУДНОЕ МГНОВЕНЬЕ** (*A. Pushkin*) *A wonderous moment I remember* (Trans. by W. Morison).

The first article describes the catchphrase from the fable of I.A. Krylov, the second contains the opening phrase of the famous poem by A.S. Pushkin. Literary translations are provided.

#### 4. Conclusions

The analysis of bilingual linguoculturological dictionaries resulted in the identification of the following inherent features:

1) designed for the use of a wide range of readers (most of the dictionaries we reviewed are not focused on teaching the language, their main task is to familiarize readers with the realities of the respective countries, which is especially typical for linguocultural dictionaries, or to describe complex linguistic and cultural units, including the non-material sphere, which is typical for linguoculturological dictionaries);

2) comprehensive choice of lexicographic units (from geographical names to popular expressions);

3) conciseness and brevity of wording (typical for most of the dictionaries examined, the purpose of which is a superficial acquaintance with facts (for example, the linguocultural dictionary "Americana");

4) an absence of examples of the use of the linguocultural units in question (especially typical for non-educational dictionaries);

5) information about both modern and historical facts of culture (this characteristic does not apply to dictionaries, whose sole purpose is to describe historical realities).

Considering various types of linguoculturological dictionaries made it possible to comprehend and formulate what we believe to be the key principles of the lexicographic description of a foreign culture with the aim of developing a Nationally Oriented Linguistic and Regional Educational Dictionary:

– the principle of culture-centricity (description of culture through language);

– cognitive principle (taking into account the national worldview, mentality);

- the principle of contrast (description of linguistic and cultural units in comparison, as part of a dialogue of cultures);
- axiological principle (the lexicographic description is designed to show not only what this or that linguocultural unit means, but what it means for the people or nation);
- the principle of communicativeness (the educational dictionary should provide the reader with the necessary knowledge for communication as the most important goal of teaching a foreign language and culture.

### **References**

- Atkins, B.T. (1996), Bilingual dictionaries: Past, present and future. *EURALEX '96 Proceedings*, Papers submitted to the Seventh EURALEX International Congress on lexicography in Goteborg Sweden, Vols. 1-2, Goteborg University, Vol. 2.
- Atkins, B.T., Rundell, M. (2008), *Oxford Guide of Practical Lexicography*, New York, Oxford University Press, 540 p.
- Azimov, G.G., Shchukin, A.N. (1999), *Slovar' metodologicheskikh terminov: (Teoriya i praktika prepodavaniya yazyka)* [Dictionary of methodological terms: (Theory and practice of transposition of the language)], St. Petersburg, Zlatoust publ., 471 p. (in Russian).
- Baeva, E.M. (2017), Communicative approach in teaching Russian as a foreign language: new resources, new activities. *Communication Studies (Russia)*, No. 2 (12), pp. 89-95.
- Chafonova, A.G. (2016), Realizatsiya lingvokul'turologicheskogo podkhoda k obucheniyu datskikh studentov russkomu yazyku [Implementation of the linguocultural approach to teaching the Russian language to Danish students]. *Vestnik VGU. Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*, No. 3, pp. 139-142. (in Russian).
- Chernyavskaya, T.N. (1984), *Khudozhestvennaya kultura SSSR* [The Artistic Culture of the USSR], Linguistic and Cultural Dictionary, Moscow, Russkii yazyk publ., 355 p. (in Russian).
- Cowie, A.P. (1998), Phraseological Dictionaries: Some East-West Comparisons. Cowie, A.P. (ed.) *Phraseology. Theory, Analysis, and Applications*, Oxford, Clarendon Press, pp. 209-226.
- Denisov, P.N. (1980), *Leksika russkogo yazyka i printsipy ee opisaniya* [Vocabulary of the Russian language and principles of its description], Moscow, Russkii yazyk publ., 253 p. (in Russian).
- Denisov, P.N., Morkovkin, V.V. (eds.) (1978), *Problemy uchebnoi leksikografii i obucheniya leksike*, collection of articles, Moscow, Russkii yazyk publ., 192 p. (in Russian).
- Felitsyna, V.P., Mokienko, V.M. (1990), *Russkie frazeologizmy* [Russian phraseological units], linguistic and cultural dictionary, Moscow, Russkii yazyk publ., 222 p. (in Russian).
- Felitsyna, V.P., Prokhorov, Yu.E. (1979), *Russkie posloviцы, pogovorki i krylatye vyrazheniya* [Russian proverbs, sayings and popular expressions], Linguistic Dictionary, ed. by E.M. Vereshchagina, V.G. Kostomarov, Moscow, 240 p. (in Russian).

- Karaulov, Yu.N. (2002), *Russkii yazyk i yazykovaya lichnost'* [The Russian language and linguistic personality], Moscow, URSS publ., 261 p. (in Russian).
- Luk'yanova, N.A. (2006), *Lingvokul'turografiya v sisteme sovremennoi rossiiskoi leksikografii (90-e gg. XX – nachalo XXI v.)* [Linguoculturography in the system of modern Russian lexicography (90s of the 20th – early 21st centuries)]. *Iskusstvo grammatiki*, Novosibirsk, pp. 303-326. (in Russian).
- Mamontov, A.S., Boguslavskaya, V.V., Budnik, E.A., Ratnikova, A.G., Trinh Thi Kim Ngoc (2021), *Axiological Linguistics and Nationally Oriented Lexicography: Experience of Interaction (On the Material of Russian-Vietnamese Comparisons)*. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, Vol. 20, no. 1, pp. 101-113. DOI: 10.15688/jvolsu2.2021.1.8. (in Russian).
- Mamontov, A.S., Budnik, E.A., Boguslavskaya, V.V., Chafova, A.G. (2020), *Slovo kak edinita odezhdy i vneshnego vida v aspekte natsional'no orientirovannoi uchebnoi leksikografii* [The word as a unit of clothing and appearance [in the aspect of nationally oriented educational lexicography]]. *Russkii yazyk za rubezhom*, No. 4 (281), pp. 74-80. (in Russian).
- Morkovkin, V.V. (1986), *O bazovom leksikograficheskom znanii* [On basic lexicographic knowledge]. *Uchebniki i slovari v sisteme sredstv obucheniya russkomu yazyku kak inostrannomu*, Moscow, Russkii yazyk publ., pp. 102-117. (in Russian).
- Mullagalieva, L.K. (2006), *Kontsepty russkoi kul'tury v mezhkul'turnoi kommunikatsii* [Concepts of Russian culture in intercultural communication], Dictionary, Elective course for grades 10-11 of humanitarian schools, ed. by L.G. Sayakhova, Moscow, Ladomir publ., 234 p. (in Russian).
- Passov, E.I. (2015), *Printsipy inoyazychnogo obrazovaniya, ikh sistema i ierarkhiya* [Principles of foreign language education, their system and hierarchy], Materials to report on 13th kongress MAPRYAL (Granada, Spain, September 13-20, 2015), Lipets, 2015, 143 p. (in Russian).
- Prokhorov, Yu.E. (2008), *Natsional'nye sotsiokul'turnye stereotipy rechevogo obshheniya i ikh rol' v obuchenii russkomu yazyku inostrantsev* [National sociocultural stereotypes of verbal communication and their role in teaching Russian to foreigners], Moscow, LKI publ., 224 p. (in Russian).
- Prokhorov, Yu.E. (ed.) (2007), *Russia*, Large linguocultural dictionary, Moscow, AST-PRESS KNIGA publ., 736 p. (in Russian).
- Richards, J.C. (2006), *Communicative Language Teaching Today*, Cambridge University Press, 50 p.
- Room, A.R. (1980), *Dictionary of Great Britain*, Moscow, 479 p. (in Russian).
- Tomakhin, G.D. (1982), *Amerika cherez amerikanizmy* [America through Americanisms], Moscow, Vysshaya shkola publ., 256 p. (in Russian).
- Vereshchagin, E.M., Kostomarov, V.G. (1990), *Yazyk i kul'tura: Lingvostranovedenie v prepodavanii russkogo yazyka kak inostrannogo* [Language and culture: Linguistic and regional studies in teaching Russian language as a foreign language], Moscow, Russkii yazyk publ., 246 p. (in Russian).
- Vorob'ev, V.V. (1994), *Lingvokul'turologiya (teoriya i metody)* [Linguoculturology (theory and methods)], Monograph, Moscow, RUDN publ., 331 p. (in Russian).
-

## ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ В СЛОВАРЯХ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ: ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ

А.Г. Ратникова<sup>1</sup>, В.В. Богуславская<sup>2</sup>, А.С. Мамонтов<sup>3</sup>, Чинь Тхи Ким Нгок<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина  
(Москва, Россия)

<sup>4</sup> Вьетнамская академия общественных наук (Ханой, Вьетнам)

**Аннотация:** Рассматриваются вопросы, связанные с опытом отечественной лексикографии лингвокультурологической направленности. Анализируются особенности представления лексических единиц в словарях различного типа: лингвострановедческих, лингвокультурологических и культурологических. Целью исследования является обнаружение базовых критериев отбора и лексикографического описания лингвокультурных единиц в словарях указанного типа для последующего применения полученных данных при разработке концепции лингвострановедческого национально ориентированного учебного словаря для вьетнамских граждан, изучающих русский язык. Актуальность исследования обусловлена его прикладным характером, а также современными тенденциями развития учебной лексикографии. Результатом исследования явилось понимание принципов построения (особенности макро- и микроструктуры словаря) и лексикографического описания в словарях лингвокультурологической направленности.

**Ключевые слова:** лексикография, словари лингвокультурологической направленности, коммуникативная дидактика, национально ориентированное обучение, русский язык как иностранный, диалог культур.

**Для цитирования:**

*Ратникова А.Г., Богуславская В.В., Мамонтов А.С., Чинь Тхи Ким Нгок.* Лексикографическое описание в словарях лингвокультурологической направленности: обзор современных подходов // *Коммуникативные исследования*. 2022. Т. 9. № 2. С. 399–412. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).399-412. (На англ. яз.).

**Сведения об авторах:**

<sup>1</sup> **Ратникова Альбертина Германовна**, кандидат педагогических наук, педагог кафедры русского языка как иностранного

ORCID: 0000-0003-3480-4798

<sup>2</sup> **Богуславская Вера Васильевна**, доктор филологических наук, профессор кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации

ORCID: 0000-0003-4118-382X

<sup>3</sup> **Мамонтов Александр Степанович**, доктор филологических наук, профессор кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации

ORCID: 0000-0002-6703-637X

<sup>4</sup> **Чинь Тхи Ким Нгок**, доктор филологических наук, профессор, научный консультант по культурным и социальным вопросам Института человековедения

***Контактная информация:***

<sup>1,2,3</sup> Почтовый адрес: 117485, Россия, Москва, ул. Академика Волгина, 6

<sup>4</sup> Почтовый адрес: 100118, Вьетнам, Ханой, р-н Бадинь, ул. Лиу Гиай, 1

<sup>1</sup> E-mail: porijoki@nextmail.ru

<sup>2</sup> E-mail: boguslavskaya@gmail.com

<sup>3</sup> E-mail: as-mamontov2@yandex.ru

<sup>4</sup> E-mail: ngocha098@gmail.com

***Финансирование:***

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект № 20-512-92001 «Разработка концепции лингвострановедческого национально ориентированного учебного словаря русского языка для вьетнамских граждан», реализуемый в Государственном институте русского языка им. А.С. Пушкина

***Дата поступления статьи:*** 26.02.2022

***Дата рецензирования:*** 01.03.2022

***Дата принятия в печать:*** 24.03.2022



## ФОРМИРОВАНИЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ КРЕАТИВНОСТИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ

**А.С. Степанова**

*Омский автобронетанковый инженерный институт (Омск, Россия)*

**Аннотация:** Рассматривается понятие лингвокреативности как способности к созданию речевых продуктов (высказываний), с использованием оригинальных средств выражения мысли как на родном, так и на неродном языке. Лингвокреативность освещается не только как средство повышения уровня владения родным языком, но и как компонент формирования вторичной языковой личности студентов, изучающих русский язык как иностранный. Средством развития лингвокреативности в данном исследовании выступают творческие задания на материале распространенных в интернет-среде «стоковых фото». Наглядный изобразительный материал, легко воспринимаемый и понимаемый иностранцами вне зависимости от национальной принадлежности, способствует развитию творческих способностей в силу того, что в нем содержится потенциально интересный сюжет, побуждающий студентов рассказать его. Отмечается, что методика работы с подобным «немым» материалом отличается от методики работы с комиксами, поскольку позволяет студентам самостоятельно подбирать средства для речевого оформления. На основе «стоковых фото» был разработан комплекс заданий, способствующий формированию у студентов-иностранцев с высоким уровнем знания языка навыков устной и письменной речи, а также развитию коммуникативной компетенции.

**Ключевые слова:** коммуникативная компетенция, лингвистическая креативность, русский язык как иностранный, коммуникативная дидактика, творческие задания, наглядность, устная и письменная речь.

**Для цитирования:**

*Степанова А.С. Формирование лингвистической креативности на занятиях по русскому языку как иностранному // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 413–426. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).413-426.*

**Сведения об авторе:**

**Степанова Александра Сергеевна**, преподаватель кафедры русского языка

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 644098, Россия, Омск, ул. 14-й Военный городок, 119

E-mail: nightlikho@gmail.com

*Дата поступления статьи:* 26.02.2022

*Дата рецензирования:* 07.03.2022

*Дата принятия в печать:* 24.03.2022

### **Введение**

В настоящее время человек всё чаще сталкивается с различными вызовами стремительно меняющейся окружающей среды, что приводит к потребности общества в новом типе личности – способной своевременно находить оригинальные пути решения возникающих проблем, а также творчески реагировать на поставленные вопросы. Способствовать созданию такой личности может смещение фокуса системы образования с традиционной модели, дающей знания в готовом виде, на модель, предполагающую у обучающихся развитие креативности и использующую для этого широкий спектр современных педагогических технологий.

Креативность как высший мыслительный процесс является объектом рассмотрения различных наук. Впервые термин «креативность» был введен в 1922 г. Д. Симпсоном применительно к психологической науке. Дальнейшее изучение креативности проводилось Дж. Гилфордом [Guilford 1950], В. Стейном [Stein 1953], Р. Стернбергом [Sternberg 1985] и другими зарубежными и отечественными исследователями. С точки зрения В.Д. Шадрикова, креативность является многомерным феноменом, который зависит от множества факторов, среди которых возможность дивергентного мышления, богатство воображения, эстетическое видение, а также скорость и гибкость мышления [Шадриков 1996]. В соответствии с целью статьи мы будем рассматривать креативность исходя из наличия «готового продукта» – музыкального, литературного и художественного творения, технологических инноваций и научных открытий. Ф. Баррон и Д. Харрингтон отмечают, что «креативные продукты могут быть различными по природе: новое решение проблемы в математике, открытие химического процесса, создание музыкального или литературного произведения, картины и скульптуры, новой философской или религиозной системы, инновация в юриспруденции, новое решение социальных проблем и др.» (цит. по: [Щербакова, Левичева 2012: 96]). Применительно к нашему материалу мы можем рассматривать в качестве «готового продукта» оригинальное речевое высказывание. Говоря о широком спектре креативных продуктов, нельзя не остановиться на теории Г. Гарднера, который выделил семь типов интеллекта, в соответствии с которыми можно определить наличие семи типов креативности [Gardner 1983]. Мы остановимся на лингвистическом типе интеллекта и сопутствующей ему лингвистической креативности.

### **Лингвокреативность: к определению понятия**

Лингвистическая креативность рассматривается современными исследователями с различных точек зрения. В частности, в отечественной науке лингвистическую креативность исследовали Г.А. Халюшова, Т.В. Тюленева, А.В. Галкина и др. Т.В. Тюленева определяет лингвистическую креативность как «комплекс способностей к созданию объективно и субъективно новых идеальных продуктов с помощью средств родного и/или иностранного языка, продуцированию устных и письменных высказываний на основе дивергентного мышления, сопряженный со стремлением студентов к творческой речевой деятельности» [Тюленева 2012: 15]. Исследованию лингвокреативности в рамках обучения иностранным языкам посвящены работы А.В. Галкиной. По мнению исследователя, лингвистическая креативность – это «способность личности к использованию оригинальных, нестандартных лингвистических приемов и средств выражения мысли на иностранном языке» [Галкина 2011: 163]. О.Н. Кулиевой отмечается, что «методической доминантой на занятиях должно быть проблемное, активное обучение, ориентированное на решение студентами специально разработанных преподавателем проблемных задач коммуникативного характера, направленных на развитие творческого потенциала и креативной деятельности» [Кулиева 2018: 45]. Г.А. Халюшова также обращает внимание на «способность личности к извлечению, накоплению и использованию новых знаний по иностранному языку, способствующих ее самореализации, самосозиданию», и рассматривает ее как составляющую лингвистической креативности [Халюшова 2005: 11].

Развитие лингвистической креативности важно не только с точки зрения повышения уровня владения родным языком, но также и в аспекте формирования вторичной языковой личности при обучении иностранному языку, так как «движение мысли в неизвестное или уровень комбинирования слов на иностранном языке непосредственно связаны с активацией умственной деятельности, ростом интенсивности творческого мыслительного поиска и преодоления ярко выраженной пассивности мышления» [Голованова, Панкратова 2015: 55]. В связи с изложенными подходами можно определить цель статьи – представить методические разработки, которые могут быть использованы преподавателями РКИ в практической деятельности для развития лингвистической креативности у студентов-иностранцев.

### **Лингвокреативность в преподавании русского языка как иностранного**

Развитие лингвистической креативности в преподавании русского языка как иностранного (РКИ) может достигаться различными методами. В данной статье мы обратим внимание на введение творческих заданий в процесс обучения. «Творческие задания на уроках РКИ – успешный вид микростратегий в рамках коммуникативно ориентированного пре-

подавания, мотивирующих обучающихся к активному порождению речи в ситуациях общения» [Биякаева, Мельник 2019: 28].

Традиционно методика преподавания РКИ делит задания на рецептивные, направленные на восприятие, репродуктивные, направленные на воспроизведение, и продуктивные, направленные на создание собственного речевого высказывания [Бухбиндер 1991: 95]. Умение выбирать языковые средства с учетом их значения и коммуникативной цели, компоновать их, выстраивать логику повествования является очень важным при обучении любому иностранному языку, в том числе русскому языку как иностранному.

Успешность применения различного рода творческих заданий на занятиях по РКИ в аспекте развития лингвистической креативности подтверждается различными исследованиями, см., например, статью D. Jabboğova, которая предлагает модель творческого обсуждения для обучения студентов самостоятельному пониманию значения новых слов исходя из их морфемной структуры [Jabboğova 2021]; исследование M. Ševečková, которая доказывает рост мотивации в обучении при использовании комплекса заданий на фольклорном материале, а также современном материале, отражающем культуру русскоговорящих стран [Ševečková 2016]; исследование А.Г. Садыковой и О.В. Шелестовой, которые предлагают стимулировать развитие креативности студентов с помощью форм групповой работы, использования игр, включения в процесс обучения проектов, конференций [Sadykova, Shelestova 2016].

Задания на составление собственных текстов могут вводиться на разных этапах обучения и способствовать достижению различных учебных целей: как устная речевая разминка (формирование навыков говорения) и как средство развития письменной речи (формирование навыков письма), как способ проверки некоторых речевых моделей (грамматическая работа) и т. д.

Необходимо помнить, что для продуцирования собственного речевого высказывания студентам необходима опора. Такой опорой может служить наводящий вопрос; текст, который необходимо продолжить / дополнить; визуальная опора – фотография, иллюстрация, комикс и др.

Наглядность является одним из базовых средств организации учебно-познавательного процесса, в том числе и интенсификации процесса обучения иностранному языку [Осмоловская 2009]. В настоящее время преподаватель имеет возможность привлекать наглядную информацию из различных источников, включая всемирную сеть «Интернет». «И нет препятствий для использования информации из этих источников для образовательных целей, включая преподавание русского языка как иностранного языка» [Микешова 2017: 368].

Подобные наглядные вспомогательные элементы должны быть интересными, вызывать у студента эмоциональный отклик. В качестве

таких опор мы предлагаем использовать так называемые «стоковые фото» (от англ. *stock* – «запас»), т. е. фотоизображения на определенную тематику, которые продаются на общедоступных торговых площадках (мировом стоковом рынке) и могут быть использованы в качестве иллюстрации или рекламы.

### **Метод и материал исследования**

Материалом исследования послужили визуальные тексты, размещенные в сети «Интернет» на сайте Depositphotos (<https://ru.depositphotos.com/>). Выборка материала производилась также с помощью поискового запроса в новостных агрегаторах «Яндекс», Google по ключевым словам «стоковые фото», «необъяснимые стоковые фото». Принципы отбора изображений: оригинальность и занимательность заложенной в них истории, относительная ее понятность, а также простота и общеупотребимость лексики, потенциально необходимой студентам-иностранцам для их описания. Объем исследуемого материала – более 100 визуальных текстов.

Исследуемый материал рассматривается в рамках коммуникативно-прагматического подхода, включая комментирование и концептуальный анализ – выявление ключевых объектов, сюжетов и тем представленного визуального текста. Учитывая, что изображения (визуальные тексты) порождают смысл наряду с языковым знаком, целесообразен был также их анализ с точки зрения семиотики.

### **«Стоковые фото» как инструмент развития лингвокреативности на занятиях по русскому языку как иностранному**

Практика преподавания иностранных языков показывает, что большим потенциалом обладают провокационные материалы, т. е. те, которые заставляют живо реагировать на заложенное в них содержание. Нам представляется эффективным использование сюжетных «стоковых фото» как средства развития лингвокреативности студентов-иностранцев на занятиях по РКИ. Такие фото уже содержат в себе потенциально интересную историю, что побуждает студентов рассказать ее (рис. 1).



**Рис. 1**

Новизна и нестандартность привлекаемого «вне учебника» материала также вовлекает студентов в творческую деятельность. «Коммуникативная направленность заданий по картинкам связана с динамикой сюжета в них и предусматривает обсуждение различных ситуаций, происходящих дома, на улице, в быту, во взаимоотношениях друзей и родных, на работе, в сфере обслуживания и пр.» [Никонорова 2018: 302]. Стоит также отметить, что «немой» изобразительный материал (т. е. не сопровождаемый текстом, в отличие, например, от комиксов) обладает большей эффективностью при обучении студентов-иностранцев на продвинутом уровне обучения, так как позволяет самостоятельно подобрать средства для речевого оформления, опираясь на имеющиеся знания. Важным аргументом в пользу «стоковых фото» как материала для творческих заданий на занятиях РКИ представляется также то, что их содержание понятно и может легко считываться студентами-иностранцами вне зависимости от их национальной принадлежности.

Еще одно преимущество «стоковых фото» на продвинутом уровне обучения языку заключается в том, что, в отличие от карикатур, комиксов или сюжетных картинок, они допускают вариативность в восприятии, т. е. содержат в себе *не* однозначно считываемый сюжет. «Стоковые фото» представляют собой лишь один фрагмент истории, который может быть и завязкой, и кульминацией, и финалом потенциальной истории, давая студентам больше свободы в самовыражении. Соответственно, при «расшифровке» такого сюжета развивается не только лингвистическая креативность, но и творческие художественные способности вообще.

Методика работы с «немыми» «стоковыми фото» отличается от методики работы с карикатурами и комиксами, сопровождаемыми текстом. На материале «стоковых фото» рекомендуется давать коммуникативные упражнения, предполагающие собственное творчество студентов, а не языковые и речевые, направленные на формирование лексической и грамматической базы [Жителева 2020: 86].

Разумеется, развитие лингвокреативности является не первостепенной целью при изучении РКИ, она должна сопутствовать изучению лексических и грамматических тем как часть глобальной цели: развития у студента-иностранца коммуникативной компетенции. Отбор материала должен проводиться в соответствии с темой занятия, конкретной дидактической задачей.

Вводить такие задания мы предлагаем на продвинутом уровне владения языком, так как «работа с картинками, предназначенными для составления рассказа, предполагает уже достаточно уверенное владение необходимым лексико-грамматическим материалом» [Жителева 2020: 85].

Методика работы с такими фотографиями трехчастна (по образцу работы с любым другим текстом: письменным, звучащим, аудиовизуальным). Традиционно такая работа начинается с предтекстовых заданий –

студенты знакомятся с лексикой / вспоминают лексику, которая может пригодиться при составлении собственного речевого высказывания.

Собственно работа с иллюстративным материалом строится на «расшифровке» заложенного в ней сюжета. В зависимости от целевой установки задание может быть устным или письменным, время на его выполнение также определяется преподавателем и варьируется с учетом уровня подготовки группы, типа задания. Данный этап предполагает широкое разнообразие форм работы: с одной стороны, можно предложить каждому студенту свою фотографию и устроить рассказ получившихся историй в форме литературных чтений; с другой стороны, можно дать всем студентам одинаковый материал и сравнить получившиеся истории или провести конкурс с выбором и награждением наиболее удачной работы.

После представления собственной истории необходим третий этап работы: именованье истории, ее обсуждение, подбор другими студентами вопросов, которые позволят расширить сюжет. В зависимости от уровня группы может быть целесообразно предложить студентам разыграть лучшую историю в виде сценки. Например, студентам предлагается фото, представленное на рис. 2.



**Рис. 2**

Для подготовки к выполнению задания (составлению истории) студентам в зависимости от уровня группы либо дается список необходимой лексики (лексические темы «Семья», «Продукты питания», «Здоровье»), либо задаются преподавателем наводящие вопросы:

- Кто изображен на фото?
- Что они делают? Что они едят? Это полезно? Вредно?
- Какое у них настроение? Почему?

Также задается вопрос, который подводит студентов к собственно текстовому заданию: *Как вы думаете, почему сложилась такая ситуация?*

Далее студенты приступают к выполнению задания: записывают собственную историю, если дидактическая цель – тренировка навыков письма, или записывают опорные слова для последующего устного рассказывания истории, если дидактической целью является развитие навыков подготовленной устной речи. Преподаватель консультирует студентов по мере необходимости. Помимо этого для проверки некоторых грамматических тем могут даваться притекстовые задания: использовать в рассказе предложения с определенными моделями или синтаксическими конструкциями, изученными на предыдущем занятии, и др.

На третьем этапе студенты рассказывают / читают получившиеся истории, коллективно придумывают им названия, задают выступающему вопросы относительно содержания – так, у всех обучающихся также развивается и фонематический слух. При возможных затруднениях преподаватель сам задает вопросы всей группе, стимулируя студентов к обсуждению. Дополнительным заданием может быть разыгрывание диалога в парах. Другими словами, на этом этапе происходит доработка оригинального речевого продукта, помимо этого у обучающихся развивается «гибкость (вариативность) вербального мышления» [Тюленева 2012: 10].

Подобные комплексы заданий могут быть разработаны и на других тематических «стоковых фото» (рис. 3, 4).



**Рис. 3**



**Рис. 4**

Так, к рис. 3 преподаватель может подобрать следующие наводящие вопросы: *Кто на фото? Где они? Что делает девушка? Что делает мужчина?* – а также наводящий вопрос для составления собственной ис-



тории: *Как вы думаете, зачем он это делает? По вашему мнению, это поможет?*

Не стоит забывать и о необходимости введения лингвокультурного компонента в методику преподавания РКИ, что означает не только стремление к общему знанию русского языка и русской культуры или просто намерение учителя привести иностранных студентов к овладению образцовой речью, но и к владению иностранным языком для общения на межкультурном уровне и умение адекватно взаимодействовать с представителями русской культуры [Виссон 2005]. К компонентам культуры, несущим национально-специфическую окраску, С.В. Харитоновна относит наряду с традициями, бытовой культурой, повседневным общением и «национальной картиной мира» также художественную культуру [Харитоновна 2006]. О роли же прецедентных текстов в формировании языковой личности написано немало, в том числе в известной книге Ю.Н. Караулова «Русский язык и языковая личность» [Караулов 1987]. К числу прецедентных текстов мы отнесем русские народные сказки, введение которых в процесс обучения РКИ позволит расширить знания иностранных студентов о культуре изучаемого языка.

Достижению данной цели также могут способствовать задания, разработанные на материале «стоковых фото» (рис. 5).



*Рис. 5*

Задание на составление текста по данному изображению может предваряться предъявлением русской народной сказки «Курочка Ряба», которая также может быть представлена как в текстовом варианте, так и в качестве презентации или мультипликационной экранизации. Тогда рис. 5 может быть дан студентам в качестве наглядной опоры на последующем этапе работы со сказкой. После обсуждения символических элементов изображения с помощью наводящих вопросов задание на его ос-

нове можно сформулировать следующим образом: *Подумайте, как закончилась бы эта сказка в наши дни? Напишите свой вариант истории.*

Стоит отметить, что творческие продуктивные задания, направленные на развитие лингвистической креативности, будут полезны не только студентам-иностранцам филологических специальностей, но и студентам неязыковых вузов, так как способность создавать собственное речевое высказывание в различных нестандартных ситуациях делает коммуникацию более успешной.

### **Заключение**

Развитие креативности, и в том числе лингвистической креативности, способствует более успешному формированию вторичной языковой личности у студентов-иностранцев, изучающих русский язык как иностранный. Облегчить этот процесс может введение в образовательный процесс продуктивных творческих заданий на материале «стоковых фото», которые являются наглядной опорой для составления собственного речевого высказывания. Использование предложенных заданий на занятиях по РКИ целесообразно и оправданно, так как они также помогают развитию навыков устной и письменной речи, закреплению некоторых лексических и грамматических тем, а также разнообразят учебный процесс и повышают мотивацию студентов-иностранцев к изучению языка.

### **Список литературы**

- Биякаева А.В., Мельник Ю.А.* Использование нехудожественной литературы на занятиях по РКИ (на материале серии детективных задач «Инспектор Варнике») // Русский язык на перекрестке эпох: традиции и инновации в русистике: сб. науч. ст. по материалам IV Междунар. науч.-практ. конф. Ереван, 2019. С. 24–29.
- Бухбиндер В.А.* О системе упражнений // Общая методика обучения иностранным языкам: хрестоматия. М., 1991. С. 92–99.
- Виссон Л.* Русские проблемы в английской речи (слова и фразы в контексте двух культур). М.: Р. Валент, 2005. 191 с.
- Галкина А.В.* Овладение лингвистической креативностью в контексте овладения иностранным языком // Вестник ТГУ. 2011. Вып. 10 (102). С. 158–164.
- Голованова Л.Н., Панкратова Е.Н.* Лингвокреативность как свойство языкового сознания личности // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 3. С. 54–57.
- Жителева Е.А.* Комиксы как средство мотивации и инструмент обучения студентов русскому языку как иностранному // Вестник Тверского государственного технического университета. Серия: науки об обществе и гуманитарные науки. 2020. № 2 (21). С. 83–88.
- Караулов Ю.Н.* Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. 261 с.
- Кулиева О.Н.* Развитие лингвистической креативности студента университета // Идеи. Поиски. Решения: сб. ст. и тез. XII Междунар. науч.-практ. конф. пре-

подавателей, аспирантов, магистрантов, студентов (Минск, 26 окт. 2018 г.): в 7 т. Минск: БГУ, 2018. Т. 4. С. 40–49.

*Микешова Е.А.* Мультимедийные технологии в обучении русскому языку как иностранному на примере использования художественного фильма // Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки. 2017. Т. 10, вып. 3. С. 367–377. (На англ. яз.).

*Никонорова О.Г.* Использование рисунков Х. Бидструпа на занятиях по РКИ // Проблемы модернизации современного высшего образования: лингвистические аспекты: материалы IV Междунар. науч.-метод. конф. (Омск, 2018). Омск: Изд-во Ом. автобронетанкового инженер. ин-та, 2018. С. 301–303.

*Осмоловская И.М.* Наглядные методы обучения: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Академия, 2009. 192 с.

*Тюленева Т.В.* Формирование лингвистической креативности студентов неязыковых специальностей: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Волгоград, 2012. 30 с.

*Халюшова Г.А.* Развитие лингвистической креативности студента университета: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Оренбург, 2005. 24 с.

*Харитонова С.В.* Педагогическое содействие развитию культурологической компетенции студентов университета на занятиях по иностранному языку: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Магнитогорск, 2006. 24 с.

*Шадриков В.Д.* Психология деятельности и способности человека: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Логос, 1996. 210 с.

*Щербакова Е.Е., Левичева Е.В.* Феномен «Лингвистическая креативность» в современной психолого-педагогической науке // Вестник НГТУ им. Р.Е. Алексеева. Серия «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии». 2012. № 4. С. 93–101.

*Gardner H.* *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*. New York: Basic Books, 1983. 440 p.

*Guilford J.P.* *Creativity* // *American Psychologist*. 1950. Vol. 5. P. 444–445.

*Jabborova D.* Formation of students' creativity in the classroom of the Russian language // *Linguistics and Culture Review*. 2021. № 5 (S1). P. 467–477.

*Sadykova A.G., Shelestova O.V.* Creativity Development: The Role of Foreign Language Learning // *International journal of environmental & science education*. 2016. Vol. 11, no. 15. P. 8163–8181.

*Ševečková M.* Creativity in foreign language teaching // *Journal of Education Culture and Society*. 2016. Vol. 7, iss. 2. P. 180–188. DOI: 10.15503/jecs20162.180.188.

*Stein M.I.* Creativity and culture // *The Journal of Psychology*. 1953. Vol. 36, iss. 2. P. 311–322.

*Sternberg R.J.* Implicit theories of intelligence, creativity, and wisdom // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1985. Vol. 49, iss. 3. P. 607–627.

### **References**

Biyakaeva, A.V., Mel'nik, Yu.A. (2019), Ispol'zovanie nekhudozhestvennoi literatury na zanyatiyakh po RKI (na materiale serii detektivnykh zadach "Inspektor Varnike") [Use of non-fiction in the classroom of RFL]. *Russkii yazyk na perekrestke epokh: traditsii i innovatsii v rusistike* [Russian language on the crossroad of

- ages: tradition and innovation in Rusistics], Collection of scientific papers based on the materials of 4th International Scientific and Practical Conference, Erevan, pp. 24-29. (in Russian).
- Bukhbinder, V.A. (1991), O sisteme uprazhnenii. *Obshchaya metodika obucheniya inostrannym yazykam*, Moscow, pp. 92-99. (in Russian).
- Galkina, A.V. (2011), Ovladenie lingvisticheskoi kreativnost'yu v kontekste ovladeniya inostrannym yazykom [Mastering linguistic creativity in the context of mastering a foreign language]. *Bulletin of Tambov State University*, No. 10 (102), pp. 158-164. (in Russian).
- Gardner, H. (1983), *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*, New York, Basic Books publ., 440 p.
- Golovanova, L.N., Pankratova, E.N. (2015), Lingvokreativnost' kak svoystvo yazykovogo soznaniya lichnosti [Linguocreativity as a property of a person's linguistic consciousness]. *Modern problems of science and education*, No. 3, pp. 54-57. (in Russian).
- Guilford, J. P. (1950), Creativity. *American Psychologist*, Vol. 5, pp. 444-445.
- Jabborova, D. (2021), Formation of students' creativity in the classroom of the Russian language. *Linguistics and Culture Review*, No. 5 (S1), pp. 467-477.
- Karaulov, Yu.N. (1987), *Russkii yazyk i yazykovaya lichnost'* [Russian language and language personality], Moscow, Nauka publ., 261 p. (in Russian).
- Khalyushova, G.A. (2005), *Razvitie lingvisticheskoi kreativnosti studenta universiteta* [Development of linguistic creativity of University student], Author's abstract, Orenburg, 24 p. (in Russian).
- Kharitonova, S.V. (2006), *Pedagogicheskoe sodeistvie razvitiyu kul'turologicheskoi kompetentsii studentov universiteta na zanyatiyakh po inostrannomu yazyku* [Pedagogical assistance to the development of cultural competence of University students in the foreign language classes], Author's abstract, Magnitogorsk, 24 p. (in Russian).
- Kulieva, O.N. (2018), Razvitie lingvisticheskoi kreativnosti studenta universiteta [Development of linguistic creativity of the University student]. *Idei. Poiski. Resheniya* [Ideas, searches, decisions], Collection of papers and thesis 12th International Scientific and Practical Conference for lecturers, post-graduate students, master students and students, Minsk, 26 October, 2018, in 7 volumes, Minsk, Belarusian State University publ., Vol. 4, pp. 40-49. (in Russian).
- Mikeshova, E.A. (2017), The Use of Multimedia Technologies in Teaching Russian as a Foreign Language: a Film-Viewing Study. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Science*, Vol. 10, iss. 3, pp. 367-377.
- Nikonorova, O.G. (2018), Ispol'zovanie risunkov Kh. Bidstrupa na zanyatiyakh po RKI [Use of H. Bidstrup's drawings in the RFL classes]. *Problemy modernizatsii sovremennoogo vysshego obrazovaniya: lingvisticheskie aspekty* [Problems of modernization of modern higher education: linguistic aspects], Materials of 4th International Scientific and Methodical Conference (Omsk, 2018), Omsk, Omsk Automotive Tank Engineering Institute publ., pp. 301-303. (in Russian).
- Osmolovskaya, I.M. (2009), *Naglyadnye metody obucheniya* [Visual methods of teaching], Textbook for students of higher educational institutions, Moscow, Akademiya publ., 192 p. (in Russian).

- Sadykova, A.G., Shelestova, O.V. (2016), Creativity Development: The Role of Foreign Language Learning. *International journal of environmental & science education*, Vol. 11, no. 15, pp. 8163-8181.
- Ševečková, M. (2016), Creativity in foreign language teaching. *Journal of Education Culture and Society*, Vol. 7, iss. 2, pp. 180-188. DOI: 10.15503/jecs20162.180.188.
- Shadrikov, V.D. (1996), *Psikhologiya deyatel'nosti i sposobnosti cheloveka* [Psychology of human activity], Textbook, 2nd ed., Moscow, Logos publ., 210 p. (in Russian).
- Shcherbakova, E.E., Levicheva, E.V. (2012), Fenomen “Lingvisticheskaya kreativnost” v sovremennoi psikhologo-pedagogicheskoi nauke [Phenomenon “Linguistic creativity” in modern psychological and pedagogical science]. *Bulletin of Nizhny Novgorod State Technical University named after R.E. Alekseev. Series “Management in social systems. Communicative technologies”*, No. 4, pp. 93-101. (in Russian).
- Stein, M.I. (1953), Creativity and culture. *The Journal of Psychology*, Vol. 36, iss. 2, pp. 311-322.
- Sternberg, R.J. (1985), Implicit theories of intelligence, creativity, and wisdom. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 49, iss. 3, pp. 607-627.
- Tyuleneva, T.V. (2012), *Formirovanie lingvisticheskoi kreativnosti studentov neyazykovykh spetsial'nostei* [Formation of linguistic creativity of non-linguistic specialties students], Author’s abstract, Volgograd, 30 p. (in Russian).
- Visson, L. (2005), *Where Russian Go Wrong in Spoken English*, Moscow, R. Valent publ., 192 p. (in Russian).
- Zhiteleva, E.A. (2020), Komiksy kak sredstvo motivatsii i instrument obucheniya studentov russkomu yazyku kak inostrannomu [Comics as a means of motivation and instrument of teaching students Russian as foreign language]. *Bulletin of Tver State Technological University. Series: Society studies and Humanities*, No. 2 (21), pp. 83-88. (in Russian).

---

---

## THE FORMATION OF LINGUISTIC CREATIVITY IN THE CLASSES OF RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

A.S. Stepanova

*Omsk Automotive Tank Engineering Institute (Omsk, Russia)*

**Abstract:** The rapidly changing reality requires the creation of a new type of person who has creativity to solve emerging problems. This article discusses the concept of lingvocreativity as the ability to create speech products (statements), using the original means of expressing thought both in the native and non-standard. Lingvocredity in the article is covered as a component of the formation of the secondary linguistic personality of students studying Russian as a foreign language. A means of developing lingvocreativity in this study are creative tasks on the material common in the Internet environment "stock photo". A visual image material, easily perceived and understood by foreigners, regardless of nationality, contributes to the development of creative abilities. Based on "Stock Photo" A set of tasks was developed that promotes the formation of aliens among students with a

high level of knowledge of the language of oral and written speech skills, as well as the development of communicative competence.

**Key words:** communicative competence, linguistic creativity, Russian as foreign language, communicative didactics, creative tasks, visibility, oral and written speech.

**For citation:**

Stepanova, A.S. (2022), The formation of linguistic creativity in the classes of Russian as a foreign language. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 9, no. 2, pp. 413-426. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).413-426. (in Russian).

**About the author:**

**Stepanova, Alexandra Sergeevna**, Lecturer of the Department of Russian Language

**Corresponding author:**

Postal address: 119, 14-i Voennyi gorodok ul., Omsk, 644098, Russia

E-mail: nightlikho@gmail.com

**Received:** February 26, 2022

**Revised:** March 7, 2022

**Accepted:** March 24, 2022

Раздел V

---

**РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА**





Part V

---

**REVIEWS. CHRONICLE**



**ХРОНИКА КОНФЕРЕНЦИИ  
«ЯЗЫКОВАЯ И ДИСКУРСИВНАЯ КРЕАТИВНОСТЬ  
ЧЕЛОВЕКА ГОВОРЯЩЕГО: СОВРЕМЕННЫЙ МИР  
В ЯЗЫКАХ РОССИИ, ВОСТОКА И ЗАПАДА»**

**О.В. Николаева<sup>1</sup>, И.Н. Кохан<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> *Дальневосточный федеральный университет (Владивосток, Россия)*

**Аннотация:** 18–22 января 2022 г. на базе Восточного Института – Школы региональных и международных исследований Дальневосточного федерального университета (г. Владивосток, Россия) прошла Первая Всероссийская конференция с международным участием «Языковая и дискурсивная креативность человека говорящего: Современный мир в языках России, Востока и Запада». Материалом для исследования в представленных на конференции докладах послужили средства выражения лингвистической креативности во многих, в том числе разноструктурных, языках: русском, английском, немецком, испанском, французском, греческом, корейском, китайском и японском. В выступлениях пленарных докладчиков получили развитие важные теоретические вопросы: формирование методологии направления лингвокреативности, многоаспектность феномена и проблемы установления параметров лингвистической креативности, выделение ее уровней, типов и видов. В дискуссиях был обозначен поиск эффективных исследовательских приемов и методов изучения нестандартных явлений в современных языках. В рамках работы секций обсуждалась роль лингвистической креативности в проблемных дискурсах современности, в иноязычном образовании, интернет-коммуникации, в репрезентации языковой личности. Явления лингвистической креативности во всех исследуемых языках обнажили острую проблематику взаимодействия языка и общества, языка и культуры. В ходе конференции состоялся конструктивный обмен опытом исследования новых, нестандартных языковых явлений в языках мира. Многоаспектный анализ лингвистической креативности в разных видах дискурсов сформировал базу для поиска закономерностей в использовании лингвокреативных техник в разных языках мира. Среди перспективных задач – на основе полученного синхронного среза – дальнейший сопоставительный и контрастный анализ языков и дискурсов.

**Ключевые слова:** лингвистическая креативность, дискурс, конференция, языки мира, сопоставительное языкознание.

**Для цитирования:**

*Николаева О.В., Кохан И.Н.* Хроника конференции «Языковая и дискурсивная креативность человека говорящего: современный мир в языках Рос-

сии, Востока и Запада» // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 429–438. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).429-438.

**Сведения об авторах:**

<sup>1</sup> **Николаева Ольга Васильевна**, доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Восточного института – Школы региональных и международных исследований

<sup>2</sup> **Кохан Ирина Николаевна**, кандидат филологических наук, старший преподаватель Академического департамента английского языка Восточного института – Школы региональных и международных исследований

**Контактная информация:**

<sup>1,2</sup> Почтовый адрес: 690922, Россия, Владивосток, о. Русский, Кампус ДВФУ, корпус D, каб. D 807

<sup>1</sup> E-mail: nikolaeva.ov@dvfu.ru

<sup>2</sup> E-mail: kokhan\_in@dvfu.ru

**Дата поступления статьи:** 22.02.2022

**Дата принятия в печать:** 24.03.2022

18–22 января 2022 г. в Дальневосточном федеральном университете (г. Владивосток, далее – ДВФУ) прошла Первая Всероссийская конференция с международным участием «Языковая и дискурсивная креативность человека говорящего: Современный мир в языках России, Востока и Запада».

Актуальность проведения настоящей конференции обусловлена интересом к языку как средству выражения креативной мысли, поиском новых, нетривиальных способов передачи прагматических интенций в разных видах современной коммуникации.

Векторы исследования лингвистической креативности затрагивают такие вопросы, как анализ причин и следствий возникновения нестандартных языковых форм в процессе речетворчества, выявление закономерностей их появления, виды этих единиц, их языковые особенности, многообразие лингвокреативных техник в устной и письменной речи.

В конференции приняли участие ученые из разных регионов России (Москва, Санкт-Петербург, Пятигорск, Архангельск, Омск, Томск, Новосибирск, Магадан, Хабаровск, Благовещенск, Владивосток), а также стран Европы и Азии (Германия, Греция, Китай). В ходе конференции прозвучало более семидесяти пленарных и секционных докладов.

Конференцию открыл председатель организационного комитета конференции, директор Восточного института – Школы региональных и международных исследований ДВФУ *Е.В. Пустовойт*. В своем приветственном слове он обосновал актуальность проведения конференции на базе ДВФУ в соотнесенности с изучаемыми языками, направлениями подготовки, векторами исследований, проводимых в университете.

Далее с приветственным словом выступила доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации, заведующий кафедрой романо-германской филологии Восточного института – Школы региональных и международных исследований ДВФУ *О.В. Николаева*. В ходе речи Ольга Васильевна подчеркнула значимость проводимого мероприятия как для университета, так и для научного сообщества в целом. *О.В. Николаева* отметила социальную значимость феномена лингвокреативности, подчеркнув, что за оригинальной языковой формой стоит осознание социальной проблемы, попытка ее неординарного решения в тех условиях, когда традиционные языковые средства и типовые дискурсивные инструменты уже не удовлетворяют потребности человека и общества.

Программа конференции включала 11 пленарных докладов и работу в рамках 10 секций.

Пленарную секцию первого дня конференции открыл доклад доктора филологических наук, профессора кафедры иностранных языков Амурского государственного университета (г. Благовещенск) *С.В. Андросовой* «Лингвокреативность человека пишущего и говорящего». В докладе была представлена общая теория лингвистической креативности, актуальность обращения к данной теме. Автором была отмечена обширность сфер употребления и целей обращения к лингвокреативным языковым элементам. Особое внимание *С.В. Андросова* уделила фонетической лингвокреативности. В докладе указано, что на первый взгляд хаотичные, неканонические и слабые формы языковых единиц, появляющиеся в процессе коллективного речетворчества, можно рассматривать как продукт фонетической креативности, подчиняющейся общепринятым алгоритмам построения и восприятия высказывания.

Со вторым пленарным докладом в день открытия конференции выступила доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой теоретической и прикладной лингвистики, декан факультета филологии и медиакоммуникаций Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского *О.С. Иссерс*. В рамках выступления на тему «Удачи и гримасы креативного нейминга» *О.С. Иссерс* отметила, что на современном этапе теоретическое осмысление практики нейминга происходит в двух областях – маркетинге и лингвистике, существуют различные методики генерации имен, которые базируются на семантике, структуре, прагматике языкового знака. *Оксана Сергеевна* подчеркнула важность и сложность создания успешного коммерческого имени для продвижения товара или услуги. Среди трудностей, с которыми сталкиваются «неймеры», – создание емкого, оригинального названия, которое бы легко запомнилось потребителю и закрепилось как уникальное. В докладе были представлены иллюстрации просчетов при нейминге на примере урбанистических городов Сибири, показаны основные причины неудач с позиций когнитивной лингвистики и прагматики.

Третий пленарный доклад первого дня конференции на тему «Make it new! Where do linguistic innovations come from?» («Сделайте это новым! Откуда появляются лингвистические инновации?») представил профессор А. Бергс из Оснабрюкского университета (Германия). Автор отметил, что среди причин появления лингвокреативных явлений называют попытку привлечь внимание, недостаток образования, однако лингвистическая креативность не сводится просто к случайному, волей-неволей инновационному использованию языка, это гораздо более сложное явление, подразумевающее индивидуальное и коллективное речетворчество на фонологическом, морфологическом, синтаксическом, семантическом и прагматическом уровнях. В своем докладе А. Бергс привел возможные источники лингвистического творчества и инноваций для отдельных языковых уровней и проиллюстрировал их на основе примеров из современной и исторической английской литературы, указал различия между подсознательными и сознательными, преднамеренными и непреднамеренными инновациями.

Второй день конференции был представлен пленарным докладом доктора филологических наук, профессора кафедры русского языка факультета филологии и медиакоммуникаций Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского Н.В. Орловой на тему «Дискурсивное переключение как лингвокреативная техника». В ходе доклада Наталья Васильевна рассмотрела понятие дискурсивного переключения (ДП) как нестандартного соединения в речи / тексте нескольких дискурсов, ведущего к неаддитивному отношению целого и частей высказывания. К характерным контекстам обращения к ДП автор относит массовую культуру в традиционных и новых жанровых формах комического. В частности, ДП реализуется в юмористическом дискурсе, стендапе, пародиях, мемах. Н.В. Орлова отметила необходимость систематизации феномена дискурсивного переключения. Типология ДП может быть представлена на семиотических осях синтактики, семантики и прагматики.

Далее с пленарным докладом на тему «Градуальность лингвокреативности в разных типах дискурса» выступила доктор филологических наук, старший научный сотрудник Научно-образовательного центра теории и практики коммуникации имени Ю.С. Степанова Института языкознания РАН (г. Москва) О.В. Соколова. В своем докладе Ольга Викторовна представила результаты исследования градуальности лингвокреативности, способов повышения и понижения лингвокреативности в художественном, политическом и рекламном дискурсах, показав языковые средства, с помощью которых достигаются эти модификации в русском и английском языках. О.В. Соколова подчеркнула особенности «сильной» коммуникации в политическом и рекламном дискурсах, ограничивающей возможность выбора значений адресатом и понижающей лингвокреативность, и «слабой» коммуникации в художественном дискурсе, оставляющей

щей возможность неограниченного количества интерпретаций, что повышает степень лингвокреативности. Автор разграничила понятия языковой и дискурсивной креативности, явления лингвокреативности и стереотипности.

Третий день конференции открыл пленарный доклад доктора филологических наук, профессора кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации, заведующего кафедрой романо-германской филологии Восточного института – Школы региональных и международных исследований ДВФУ *О.В. Николаевой* на тему «Лингвистическая креативность в межкультурной коммуникации». В ходе доклада Ольга Васильевна подчеркнула, что лингвистическая креативность в аспекте межкультурной коммуникации обретает проблемно-ориентированный характер, поскольку языковые инновации, нестандартные и неконвенциональные языковые формы могут вызвать непонимание или неприятие со стороны собеседников, представляющих разные культуры и языки, и провоцировать коммуникативный сбой. Лингвистическая креативность на языке-посреднике в ходе межкультурной коммуникации допускает языковое экспериментирование. Однако уместность языковой инновации может рассматриваться адресатом и адресантом по-разному, поскольку прагматика автора сообщения не всегда совпадает с прагматикой получателя. Восприятие языковых инноваций в процессе межкультурных взаимодействий обуславливается не только языковыми, но и культурологическими и прагматическими факторами, а в современном мире всё чаще отягощается оценочностью и зависит от политических и идеологических аспектов. Ошибки, недопонимания и, как следствие, коммуникативные сбои, возникающие в процессе межкультурной коммуникации, обусловлены языковыми, культурологическими, прагматическими факторами. Автором были приведены примеры неудачных языковых инноваций в высказываниях политиков.

Далее с пленарным докладом на тему «К сердцу языка – через дискурс: о способах трансфера неологизмов» выступил доктор филологических наук, старший научный сотрудник Научно-образовательного центра теории и практики коммуникации имени Ю.С. Степанова Института языкознания РАН *В.В. Фещенко*. Основным тезисом доклада является утверждение, что языковые новообразования закрепляются в языке через конкретный функциональный тип дискурса. Таким образом, в зависимости от типа дискурса варьируется и способ, механизм вхождения в него нового слова, понятия, термина или концепта. Автор отмечает, что поэтические неологизмы, активно циркулируя на протяжении времени и истории в дискурсивном пространстве художественной культуры, редко напрямую попадают в языковой узус. Политические неологизмы ограничивают свое дискурсивное бытование в рамках конкретной социально-исторической формации (перестройка, гласность и т. п.). Зачастую новации входят в общеупотребительный язык в результате междискурсивного

трансфера. В докладе В.В. Фещенко рассмотрены примеры двустороннего междискурсивного трансфера новых художественных концептов и научных терминов в XX в.

Закрывал третий день конференции пленарный доклад кандидата филологических наук, доцента кафедры английского языка Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена (г. Санкт-Петербург) *Ю.В. Сергаевой* на тему «“Всё чудесатее и чудесатее”: о тенденциях креативного имянаречения в современном англоязычном и русскоязычном социуме». Автор проанализировал лингвокреативные тенденции развития англо- и русскоязычного имянаречения, указав на рост заимствований из других языков, обращение к именам собственным из литературных и кинопроизведений, транспозиции других классов имен собственных, рециркуляции винтажных имен. Юлия Владимировна отметила наличие в разных культурах сходных имятворческих моделей, что свидетельствует об открытости в принятии нового и креативном потенциале антропонимической языковой личности.

В четвертый день конференции с докладом на тему «Русский язык в наружной рекламе приграничного Китая: особенности функционирования» выступила доктор филологических наук, профессор, директор Института международных связей и интернационализации образования, профессор кафедры русского языка и специальных дисциплин для иностранных граждан Томского государственного архитектурно-строительного университета *Е.А. Оглезнева*. Автор подчеркнул, что функционирование русского языка в китайской городской коммуникации, а именно в текстах рекламных вывесок, представляет собой уникальный социолингвистический феномен, выступая как маркер неординарной языковой ситуации с участием русского языка на приграничных с Россией территориях. В своем докладе Елена Александровна представила примеры русскоязычного нейминга магазинов, ресторанов и других общественных пространств в пограничных с Россией китайских городах. Отмечались удачи и неудачи выбора рекламных заголовков, анализировались причины и потенциальные прагматические следствия такого рода нейминга.

Далее с пленарным докладом выступил доктор филологических наук, профессор кафедры западноевропейских языков и культур Института переводоведения и многоязычия Пятигорского государственного университета *О.А. Алимуратов* на тему «Уровни манифестации феномена лингвокреативности в англоязычном кинотексте». Олег Алимуратович рассмотрел подходы к определению лингвокреативности и подчеркнул, что границы этого явления не поддаются определению с достаточной степенью четкости и сегодня. Было представлено собственное понимание лингвокреативности как явления, представляющего собой результат проявления когнитивных потенциалов языковой личности, которые позволяют создавать нетипичные по форме и/или содержанию речевые единицы, мар-

кированные окказиональностью употребления и способные оказывать на реципиента эстетическое воздействие за счет смысловой многослойности. На материале американского сериала *Twin Peaks* О.А. Алимуратов рассмотрел способы вербального и невербального воздействия на зрителя, подчеркнув нетривиальность избираемых авторами сериала методов.

С заключительным пленарным докладом на тему «Языковая номинация как источник лингвокреативных преобразований в дискурсивном пространстве современного английского языка» выступила доктор филологических наук, профессор кафедры английского языкознания филологического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова *О.Д. Вишнякова*. Ольга Дмитриевна в рамках доклада предложила рассматривать лингвокреативность в плоскости метафорического осмысления явлений окружающего мира и вербального переложения результатов этого осмысления. Таким образом, лингвокреативность человека говорящего была обозначена как творческий процесс использования языкового материала и реализуется в различных видах дискурса и на разных уровнях языкового функционирования. Ольга Дмитриевна обратилась к области языковой номинации на уровне лексических и фразеологических единиц в текстах литературно-художественных произведений. В докладе были отмечены особенности современного политического дискурса, показана роль антропонимических прозвищ в аспекте оказания воздействия на целевую аудиторию. Ольга Дмитриевна показала, что метафорическое представление окружающего мира, опирающееся на лингвокреативные возможности языкового потенциала, находит свое выражение в различных институциональных дискурсах.

Помимо пленарных докладов, работа конференции была представлена заседанием десяти секций. Секционные заседания формировались таким образом, чтобы по сходным проблемам можно было услышать выступления ученых, работающих с разными языками. Таким образом, появилась возможность обнаружить типологические сходства, независимые от генетического родства языков, выявить закономерности, ярче и на конкретных примерах увидеть различия между разноструктурными языками.

Так, в рамках работы первой секции «**Лингвистическая креативность в проблемных дискурсах современности**» было представлено обсуждение явлений лингвокреативности в рамках дискурса СМИ и политическом дискурсе разных стран мира (Россия, США, Франция, Германия, Китай). К числу проблемных дискурсов отнесена риторика, посвященная важнейшим социальным проблемам: социальная рефлексия на тему патриотизма, гендерной идентичности, национальной идентичности, пандемии и др. Было установлено, что обращение к тем или иным лингвокреативным средствам напрямую зависит от структуры языка, типа дискурса, темы и проблематики дискурса, а также прагматически связано с индивидуальной и коллективной языковой личностью.

Секция **«Интернет-коммуникация: экспериментальная мастерская языковых инноваций»** была представлена докладами, затрагивающими характерные черты интернет-коммуникации в России, Китае, Южной Корее, присущие блогам, видеоблогам, личным перепискам, социальным сетям. Рассматривались разные лингвокреативные техники в данной сфере в разных языках, новые словообразовательные тенденции, языковая игра и др. В ходе дискуссии были установлены общие и уникальные черты ведения коммуникации в Интернете представителями разных языков и культур.

В рамках работы секции **«Лингвистическая креативность в иноязычном образовании»** поднимался вопрос места и границ лингвокреативности в процессе обучения иностранному языку. Кроме того, предлагались различные методы развития лингвокреативности на занятиях по русскому, английскому языку. Особое внимание уделялось обсуждению лингвокреативности в рамках преподавания лексики, фразеологии, академического английского, подготовки к экзаменам.

Заседание секции **«Лингвокреативность и нейминг»** было представлено докладами, посвященными обсуждению потенциала языковой игры как лингвокреативного элемента создания эргонимов в городах. Установлено, что довольно распространенным является нейминг, включающий знакомые жителям реалии, зачастую уникальные для данного места.

Секция **«Лингвокреативный потенциал иноязычия»** включала доклады, затрагивающие проблемы потенциала иноязычных вкраплений, калькирования и заимствований в стендап комедии, художественных произведениях, автобиографиях, научной литературе. Отмечено, что лингвокреативные явления нередко служат средством выражения национальной и культурной идентичности авторов, героев произведений.

Секция **«Паремии и их трансформы как инструмент дискурсивно-прагматической креативности»** была представлена докладами, посвященными особенностям функционирования китайских, корейских, греческих пословиц и поговорок в иноязычном лингвистическом пространстве. В ходе работы секции установлено, что паремии, входя в иноязычное и инокультурное пространство, могут выступать в качестве приема воздействия на читателя, актуализируя национальную идентичность народонаселения. Кроме того, обобщение результатов исследования этнических паремий в иноязычном пространстве видится в переложении креативных элементов речетворчества традиционной культуры на иностранном языке с целью достижения некоторых прагматических интенций в аспекте межкультурной коммуникации.

В рамках работы секции **«Лингвистическая креативность и литературное творчество»** установлено, что при анализе лингвокреативного потенциала литературного творчества важно учитывать концептуальные,



лингвистические, стилистические особенности текста, прагматику, авторский и исторический контекст. Обсуждались произведения Р.М. Рильке, Э.М. Ремарка, Э. Манро, Дж. Мартин. Кроме того, представлен доклад с анализом исторических поэтических произведений.

Спецификой секции **«Языковое и дискурсивное картирование мира: от смысла к языковой соотнесенности»** явился диапазон исследований от узкоспециализированных, посвященных функциям конкретных структурных частиц, служебных слов, до фундаментальных корпусных исследований в диахроническом срезе.

В рамках работы секции **«Человек говорящий vs. Человек играющий»** обсуждались вопросы потенциала фонетических средств, антропонимов, других лексических средств при реализации лингвокреативных стратегий воздействия на реципиента в рекламах, песнях, фильмах и мультсериалах на английском, русском, испанском, французском языках. Практический материал, анализируемый в рамках дискуссии, характеризовался разнообразием и современностью.

Заседание заключительной секции **«Лингвокреативность как способ репрезентации языковой личности»** было представлено докладами, посвященными антропонимным именованиям электронных адресов в русском, английском и испанском языках, идиостилю человека в разных ситуациях, влиянию индивидуального речевого поведения на коллективное. Особое внимание уделялось конструированию индивидуальной и коллективной языковой личности за счет создания креативных производительных вариантов языка. Отдельно отмечена роль в конструировании идентичности прецедентных высказываний. Была доказана глубокая связь между индивидуальным и коллективным при обращении в речи к лингвокреативным средствам выражения мысли.

По итогам конференции был проведен круглый стол, участники которого отметили актуальность проблематики, разнообразие тем докладов, удобный формат проведения конференции.

---

## CHRONICLE OF THE CONFERENCE “LINGUISTIC AND DISCURSIVE CREATIVITY OF HOMO LOQUENS: THE MODERN WORLD IN THE LANGUAGES OF RUSSIA, EAST AND WEST”

O.V. Nikolaeva<sup>1</sup>, I.N. Kokhan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> *Far Eastern Federal University (Vladivostok, Russia)*

**Abstract:** On January 18-22, 2022, the First All-Russian Conference with international participation "Linguistic and discursive creativity of Homo loquens: The modern world in the languages of Russia, East and West" was held on the basis of the Oriental Institute – School of Regional and International Studies of the Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia. The material for the research pre-

sented at the conference was the means of expressing linguistic creativity in many languages, including those of different structures: Russian, English, German, Spanish, French, Greek, Korean, Chinese and Japanese. In the presentations of the plenary speakers, important theoretical issues were developed: the methodology for the research field of linguocreativity, the multidimensional nature of the phenomenon and the problems of determining the parameters of linguistic creativity, the classification of its levels, types and kinds. The discussions highlighted the search for effective research techniques and methods for studying non-standard phenomena in modern languages. Within the sections the role of linguistic creativity was discussed in the problematic discourses of the modern world, in foreign language education, Internet communication, and in the representation of personality. The phenomena of linguistic creativity in all the languages studied revealed the acute problems of interaction between language and society, language and culture. During the conference, a constructive exchange of experience in the study of new, non-standard linguistic phenomena in the languages of the world took place. The multidimensional analysis of linguistic creativity in different types of discourse has formed the basis for searching for patterns in the use of linguocreative techniques in different languages of the world. Among the promising tasks – based on the obtained synchronous data – is further comparative and contrastive analysis of languages and discourses.

**Key words:** linguistic creativity, discourse, conference, languages of the world, comparative linguistics.

**For citation:**

Nikolaeva, O.V., Kokhan, I.N. (2022), Chronicle of the conference “Linguistic and discursive creativity of Homo loquens: The modern world in the languages of Russia, East and West”. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 9, no. 2, pp. 429-438. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).429-438. (in Russian).

**About the authors:**

<sup>1</sup> **Nikolaeva, Olga Vasilyevna**, Prof., Professor of the Department of Linguistics and Cross-Cultural Communication of the Oriental Institute

<sup>2</sup> **Kokhan, Irina Nikolaevna**, PhD, Senior lecturer of the Academian Department of English Language of the Oriental Institute

**Corresponding authors:**

<sup>1,2</sup> Postal address: off. D 807, building D, FEFU, Russky Island, Vladivostok, 690922, Russia

<sup>1</sup> E-mail: nikolaeva.ov@dvfu.ru

<sup>2</sup> E-mail: kokhan\_in@dvfu.ru

**Received:** February 22, 2022

**Accepted:** March 24, 2022

**РЕЦЕНЗИЯ НА МОНОГРАФИЮ Е.Н. ВАСИЛЕНКО  
«КОНФЛИКТ ЦЕННОСТЕЙ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ:  
КОГНИТИВНЫЙ И ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ»  
(Могилев: Могилевский государственный  
университет им. А.А. Кулешова, 2022. 236 с.)**

**А.К. Шевцова**

*Могилевский государственный университет им. А.А. Кулешова (Могилев, Беларусь)*

**Аннотация:** В рецензируемой монографии Е.Н. Василенко рассматриваются предпосылки и способы языкового выражения межгруппового конфликта ценностей в онлайн-коммуникации. Авторская концепция интолерантного дискурса и языка вражды как его важнейшего и непосредственного вербального компонента опирается на зарубежные и российские лингвопрагматические исследования. В книге предложена методология и понятийный аппарат для описания модели интолерантного дискурса как единства ее когнитивно-тематической, коммуникативно-прагматической и собственно языковой составляющих. Фактическим материалом исследования послужили комментарии белорусских интернет-пользователей к новостным статьям, затрагивающим проблематику уязвимых социальных групп.

**Ключевые слова:** конфликт ценностей, интернет-коммуникация, интернет-комментарий, интолерантность, интолерантный дискурс, язык вражды, враждебность, социальная группа.

**Для цитирования:**

*Шевцова А.К.* Рецензия на монографию Е.Н. Василенко «Конфликт ценностей в интернет-коммуникации: когнитивный и прагмалингвистический аспекты» (Могилев: Могилевский государственный университет им. А.А. Кулешова, 2022. 236 с.) // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 439–446. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).439-446.

**Сведения об авторе:**

**Шевцова Алеся Константиновна**, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой романо-германской филологии

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 212022, Беларусь, Могилев, ул. Космонавтов, 1, ауд. 420

E-mail: shevtcova@msu.by

**Дата поступления статьи:** 21.03.2022

**Дата принятия в печать:** 24.03.2022

Рецензируемая монография кандидата филологических наук доцента Екатерины Николаевны Василенко посвящена одной из наиболее актуальных проблем современной мировой лингвистики и, шире, гуманитаристики вообще – феномену *hate speech*. Получив широкое распространение в западной науке (см., напр.: [Gould 2005; Saunders 2011; Waldron 2012; Janssen 2015; Assimakopoulos, Baidar, Millar 2017] и др.), лингвистические исследования языка вражды постепенно завоевывают свое место и в других национальных научных школах, в том числе российской (см., напр.: [Денисова 2009; Евстафьева 2009; Хроменков 2016; Дзялошинский, Дзялошинская 2019] и др.). При этом, несмотря на близость научной дискурсивной парадигмы России и Беларуси, в последней до сегодняшнего дня не существовало комплексного исследования риторики ненависти, каковым и является рецензируемая монография.

Исследование Е.Н. Василенко направлено на выявление предпосылок и способов языкового выражения межгруппового конфликта ценностей в интернет-коммуникации и возможностей гармонизации речевого поведения коммуникантов. Автор помещает свое исследование в широкий научный контекст: не только лингвистики (а именно лингвоконфликтологии и прагмалингвистики), но и социологии, психологии, философии и юриспруденции. Избранный междисциплинарный подход и обеспечивает комплексность и целостность изучения объекта исследования.

В первой главе «**Лингвопрагматические основы изучения коммуникативной категории враждебности**» закладывается собственно лингвистическая база исследования. Автор предлагает краткий обзор известных трудов в области прагматики и лингвопрагматики (Ч.С. Пирс, У. Джеймс, Ч. Моррис, Дж. Остин, Дж. Серль, Дж. Юл, Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюнова, Б.Ю. Норман, Ю.С. Степанов и др.), уделяет внимание классическим (Г.П. Грайс, Р. Лакофф, Дж. Лич, П. Браун и С. Левинсон) и постклассическим (Дж. Илен, М.А. Лохер, Р.Дж. Уоттс, К. Грейджер, М. Кадар, Д.З. Хо и др.) теориям вежливости, проводит сопоставительный анализ категорий вежливости и невежливости, в ходе которого приходит к заключению, что, несмотря на наличие ряда сходств, ключевыми факторами в определении невежливости как самостоятельной категории выступают негативное значение высказывания, опосредованность социокогнитивным опытом говорящего, интенциональность и интерактивность (с. 34).

Отдельный раздел посвящен категории враждебности, проявлением которой может служить невежливое речевое поведение. В исследовании враждебность трактуется как противоположность толерантности и, следовательно, как синоним интолерантности. В монографии категория враждебности, или интолерантности, рассматривается как бинарное единство социокогнитивного и коммуникативного измерений, базирующееся на когнитивных (категория чуждости и категория идентичности), этических (категории *добро* и *зло*, а также *хорошо* и *плохо*) и прагматическом

(мотивация субъектов) основаниям (с. 27–32). Именно категория враждебности, по мнению автора исследования, выступает организующей доминантой интолерантного дискурса (с. 62).

Во второй главе «**“Язык вражды” как предмет научного анализа**» Е.Н. Василенко вводит два ключевых для работы понятия: **интолерантный дискурс**, под которым понимается «тип дискурса власти, репрезентирующий межгрупповой конфликт ценностей и основанный на враждебности как отражении социальных стереотипов в сознании его субъектов» (с. 63), **язык вражды**, трактуемый как «совокупность языковых средств и речевых приемов, выражающих негативное, основанное на стереотипах или предубеждениях, отношение к адресату – носителю ценностей, отличных от ценностей адресанта, и, как следствие, вербализующих тот или иной вид дискриминации или нетерпимости» (с. 77).

В этой части монографии язык вражды рассматривается как объект изучения лингвоконфликтологии, а именно как форма проявления конфликтов, основанных на стереотипах. В работе акцентируется оценочный характер социальных стереотипов и их значение в когнитивном процессе социальной категоризации, в ходе которого происходит деление человеком общества на «свои» и «чужие» социальные группы (в качестве синонимичных автор также использует заимствованные из психологии термины «ингруппа» и «аутгруппа»). Отдельно отметим, что Е.Н. Василенко разграничивает понятия языка вражды и вербальной агрессии и исходит из убеждения, что язык вражды, в отличие от вербальной агрессии, может иметь более «мягкий» характер, всегда направлен на определенную социальную группу и базируется на универсальной семиотической оппозиции *свой – чужой* (с. 51–52).

В третьей главе «**Предпосылки функционирования “языка вражды” в комментариях белорусских интернет-пользователей**» автор выделяет социальные, политико-правовые и культурно-этические факторы, детерминирующие функционирование «языка вражды» в белорусском дискурсивном сообществе. Одним из ключевых факторов при этом признается изменение социокультурной парадигмы, которое, среди прочего, влечет за собой признание толерантности в качестве универсальной ценности современной культуры. Важной, на наш взгляд, представляется подчеркиваемая автором монографии связь толерантности с образованностью и грамотностью человека (с. 93).

Справедливо отмечая, что наиболее яркое отражение интолерантность находит в онлайн-коммуникации, Е.Н. Василенко посвящает отдельный раздел предпосылкам функционирования языка вражды в комментарии как самостоятельном коммуникативном жанре интернет-дискурса. По мнению автора монографии, широкое использование интернет-пользователями враждебных высказываний в рамках анализируемого жанра обусловлено его кажущейся анонимностью, субъективностью и относительной стилистико-языковой свободой выражения (с. 115).

В третьей главе автор начинает вводить собственно языковой (яркий и динамичный) материал исследования, который, отметим, выглядит достаточно внушительно: более 230 000 комментариев, оставленных белорусскими интернет-пользователями к более чем 2 000 новостных статей, затрагивающих тематику уязвимых социальных групп и опубликованных в белорусском сегменте Интернета с 2015 по 2019 г.

Автор подчеркивает, что исследование, в первую очередь, призвано «способствовать разработке новых моделей ведения диалога как условия формирования толерантного поведения участников интернет-общения и, как следствие, предотвращению конфликтных ситуаций, способных привести к разжиганию разного рода вражды как внутри страны, так и на международной арене» (с. 5), а потому «по научно-этическим соображениям, во избежание обострения поляризации общества и развития конфликтных ситуаций», не приводит в работе список выходных данных новостных интернет-статей с комментариями, послужившими источником фактического материала исследования, который, однако, «сохранен в отдельной базе данных, доступной для экспертов» (с. 107).

При этом сомневаться в «чистоте» языкового материала не представляется возможным: процесс и критерии его отбора подробно описаны автором в разделе 4.1 четвертой главы **«Язык вражды» в интернет-комментариях: когнитивно-тематический и коммуникативно-прагматический аспекты»**.

В частности, проведенный автором анализ читательского отклика на публикацию новостных интернет-статей, затрагивающих проблематику трех различных социальных групп, выделяемых на основании врожденных или неизменяемых характеристик, а именно: женщин, представителей ЛГБТ-сообщества и представителей других этносов, рас и религий – в рамках белорусского сегмента Интернета выявил повышенный интерес пользователей к гендерной (в широком понимании термина) тематике и относительно низкую степень актуальности ксенофобской проблематики для рассматриваемого дискурсивного сообщества (с. 117–119).

Именно в четвертой главе представлена комплексная новаторская модель интолерантного дискурса, предлагаемая автором. Так, в соответствии с концепцией Е.Н. Василенко, когнитивно-тематический уровень интолерантного дискурса включает четыре общие категории тем (ср.: [Dijk 1987]): «Интуитивная оценка», «Характеристика социальной группы как таковой», «Сопоставление социальной группы с другими группами» и «Положение социальной группы в дискурсивном сообществе». Каждая из перечисленных категорий представлена двумя темами, сформулированными в виде оценочных суждений, например последняя – темами «Они угрожают нашему традиционному укладу» и «Они должны знать свое место».

Автор неоднократно отмечает, что разграничение тем, предложенное в рамках когнитивно-тематической модели интолерантного дискурса

са, достаточно условно, а «их “наполнение” может отличаться в зависимости от экстралингвистических условий коммуникации и от того, к какой социальной группе говорящий выражает враждебное отношение» (с. 146). Например, тема «Они выглядят по-другому», относящаяся к категории «Характеристика социальной группы как таковой», несмотря на то, что раскрывается в интолерантном дискурсе обо всех трех социальных группах, наибольшее разнообразие получает в комментариях о женщинах, что свидетельствует о важнейшей роли внешних характеристик в их восприятии интернет-пользователями.

В последнем разделе четвертой главы автор приводит список основных коммуникативных стратегий и тактик, используемых говорящим в рамках интолерантного дискурса, отмечая, что его важнейшей – и, следовательно, представленной наибольшим разнообразием тактик – стратегией является стратегия дискредитации, представляющая собой «негативную презентацию или принижение аутгруппы» (с. 142).

Пятая глава книги **«Языковые способы выражения враждебности в интернет-комментариях»** посвящена непосредственно описанию инвентаря языковых средств и речевых приемов, вербализующих основные стратегии интолерантной онлайн-коммуникации, а именно стратегии дискредитации (тактики оскорбления, уничижения, издевки / насмешки, отрицания или преуменьшения, обвинения, приписывания враждебных намерений, прогнозирования, поляризации, призыва, побуждения к интолерантности, угрозы, вынужденной интолерантности, легитимации интолерантности, прецедента и апеллирования к авторитету), положительной самопрезентации (тактики мнимой уступки, мнимого отрицания, мнимого извинения, переноса, приведения себя в пример и причисления себя к положительно воспринимаемой группе) и манипуляции (тактики обобщения, искажения информации, смещения акцентов, приписывания высказываний или взглядов и инверсии).

Важным, на наш взгляд, представляется тот факт, что значительную роль в реализации коммуникативного намерения говорящего Е.Н. Василенко отводит грамматическим языковым средствам. В этом смысле рецензируемая монография продолжает опубликованное ранее исследование автора, посвященное описанию прагматического потенциала грамматических языковых средств в рамках политического дискурса [Василенко 2018]. Как и в предыдущей монографии, Е.Н. Василенко исходит из убеждения, что грамматические категории служат одним из важнейших средств формирования дискурс-картины мира адресата (термин И.Ф. Ухвановой-Шмыговой, см.: [Ухванова-Шмыгова 2014]).

В целом полагаем, что рецензируемая монография кандидата филологических наук доцента Е.Н. Василенко (как и предшествующие ей публикации автора; среди важнейших отметим, например, [Василенко 2021а, б, в; Vasilenko 2020, 2021]) вносит значительный вклад в развитие коммуни-

кативной лингвистики, представляя собой первое в своем роде комплексное лингвистическое исследование интолерантного дискурса как сферы проявления межгруппового конфликта ценностей и языка вражды как его неотъемлемого вербального компонента. Предложенная в монографии модель интолерантного дискурса как единство ее когнитивно-тематического, коммуникативно-прагматического и собственно языкового уровней обеспечивает, с одной стороны, новизну исследования, а с другой – его преэминентность в ряду многочисленных прагмалингвистических исследований (не)вежливости и (ин)толерантности.

### **Список литературы**

- Василенко Е.* Создание негативного образа социальной группы в интолерантном дискурсе: лингвопрагматический аспект // WEST – EAST. 2021a. Vol. 6. № 1. С. 86–92. DOI: 10.33739/2587-5434-2021-6-1-86-92.
- Василенко Е.Н.* Интолерантный дискурс в общей парадигме дискурса // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. 2021б. № 4. С. 6–14. DOI: 10.15593/2224-9389/2021.4.1.
- Василенко Е.Н.* Продвижение интолерантности в интернет-коммуникации: лингвопрагматический аспект // Вестник Минского государственного лингвистического университета. Серия 1. Филология. 2021в. № 6 (115). С. 14–21.
- Василенко Е.Н.* Языковые средства убеждения в политическом дискурсе: моногр. Могилев: Могилев. гос. ун-т им. А.А. Кулешова, 2018. 164 с.
- Денисова А.В.* Дискурсивный аспект исследования лингвистической экспертизы (на материале «языка вражды»): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2009. 23 с.
- Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И.* Российские СМИ: как создается образ врага: ст. разных лет. Чебоксары: Среда, 2019. 316 с.
- Евстафьева А.В.* «Язык вражды» в средствах массовой информации: лингвистический и экстралингвистический факторы функционирования: дис. ... канд. филол. наук. Тольятти, 2009. 298 с.
- Ухванова-Шмыгова И.Ф.* Каузально-генетический подход в контексте лингвистики дискурса: моногр. Минск: БГУ, 2014. 223 с.
- Хроменков П.Н.* Лингвопрагматика конфликта: исследование методом количественного контент-анализа: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2016. 405 с.
- Assimakopoulos S., Baider F.H., Millar S.* Online hate speech in the European Union: a discourse-analytic perspective. Cham: Springer, 2017. 90 p.
- Dijk T.A. van.* Communicating racism: Ethnic prejudice in thought and talk. Newbury Park; Beverly Hills; London; New Delhi: SAGE, 1987. 438 p.
- Gould J.B.* Speak no evil: The triumph of hate speech regulation. Chicago; London: University of Chicago Press, 2005. 224 p.
- Janssen E.H.* Faith in public debate: on freedom of expression, hate speech and religion in France and the Netherlands. Cambridge: Intersentia, 2015. 654 p.
- Saunders K.W.* Degradation: what the history of obscenity tells us about hate speech. New York; London: New York University Press, 2011. 255 p.



Vasilenko E. Online Hate Speech in Belarus: Highlighting the Topical Issues // *Zeitschrift für Slawistik*. 2021. Bd. 66. № 4. S. 558–577. DOI: 10.1515/slaw-2021-0026.

Vasilenko E. Sexist hate speech: Topical organization of intolerant discourse // *Językoznawstwo*. 2020. № 14. P. 47–60. DOI: 10.25312/2391-5137.14/2020\_03ev.

Waldron J. *The harm in hate speech*. Cambridge, MA; London: Harvard University Press, 2012. 304 p.

### References

Assimakopoulos, S., Baider, F.H., Millar, S. (2017), *Online hate speech in the European Union: a discourse-analytic perspective*, Cham, Springer publ., 90 p.

Denisova, A.V. (2009), *Diskursivnyi aspekt issledovaniya lingvisticheskoi ekspertizy (na materiale «yazyka vrazhdy»)* [The discursive aspect of linguistic expertise research (based on hate speech)], Author's abstract, Krasnodar, 23 p. (in Russian).

Dijk, T.A. van (1987), *Communicating racism: Ethnic prejudice in thought and talk*, Newbury Park, Beverly Hills, London, New Delhi, SAGE publ., 438 p.

Dzyaloshinskii, I.M., Dzyaloshinskaya, M.I. (2019), *Rossiiskie SMI: kak sozdaetsya obraz vraga* [Russian mass media: how the image of the enemy is created], Articles of different years, Cheboksary, Sreda publ., pp. 168-182. (in Russian).

Evstafeva, A.V. (2009), *“Yazyk vrazhdy” v sredstvakh massovoi informatsii: lingvisticheskii i ekstralingvisticheskii faktory funktsionirovaniya* [Hate speech in the mass media: linguistic and extralinguistic factors of functioning], PhD Thesis, Togliatti, 298 p. (in Russian).

Gould, J.B. (2005), *Speak no evil: The triumph of hate speech regulation*, Chicago, London, University of Chicago Press, 224 p.

Janssen, E.H. (2015), *Faith in public debate: on freedom of expression, hate speech and religion in France and the Netherlands*, Cambridge, Intersentia publ., 654 p.

Khromenkov, P.N. (2016), *Lingvopragmatika konflikta: issledovanie metodom kolichestvennogo kontent-analiza* [Linguopragmatics of conflict: research by the method of quantitative content analysis], Prof. Thesis, Moscow, 405 p. (in Russian).

Saunders, K.W. (2011), *Degradation: what the history of obscenity tells us about hate speech*, New York, London, New York University Press, 255 p.

Ukhvanova-Shmygova, I.F. (2014), *Kauzal'no-geneticheskii podkhod v kontekste lingvistiki diskursa* [Causal-genetic approach in the context of discourse linguistics], Minsk, Belarusian State University publ., 223 p. (in Russian).

Vasilenko, E. (2021a), Creating a negative image of a social group in intolerant discourse: linguopragmatic aspect. *WEST – EAST*, Vol. 6, no. 1, pp. 86-92. DOI: 10.33739/2587-5434-2021-6-1-86-92. (in Russian).

Vasilenko, E.N. (2021b), Intolerant discourse in the general paradigm of discourse. *PNRPU Linguistics and Pedagogy Bulletin*, No. 4, pp. 6-14. DOI: 10.15593/2224-9389/2021.4.1. (in Russian).

Vasilenko, E.N. (2021c), Promotion of intolerance in online communication: linguopragmatic aspect. *Minsk State Linguistic University Bulletin, Series 1, Philology*, No. 6 (115), pp. 14-21. (in Russian).

Vasilenko, E. (2021d), Online Hate Speech in Belarus: Highlighting the Topical Issues. *Zeitschrift für Slawistik*, Vol. 66, no. 4, pp. 558-577. DOI: 10.1515/slaw-2021-0026.

- Vasilenko, E. (2020), Sexist hate speech: Topical organization of intolerant discourse. *Językoznawstwo*, No. 14, pp. 47-60. DOI: 10.25312/2391-5137.14/2020\_03ev.
- Vasilenko, E.N. (2018), *Yazykovye sredstva ubezhdeniya v politicheskom diskurse* [Language means of persuasion in political discourse], Mogilev, Mogilev State A. Kuleshov University publ., 164 p. (in Russian).
- Waldron, J. (2012), *The harm in hate speech*, Cambridge, MA, London, Harvard University Press, 304 p.

---

**REVIEW OF THE MONOGRAPH “CONFLICT OF VALUES  
IN INTERNET COMMUNICATION: COGNITIVE  
AND PRAGMALINGUISTIC ASPECTS” BY E.N. VASILENKO  
(Mogilev, Mogilev State A. Kuleshov University publ., 2022, 236 p.)**

**A.K. Shevtsova**

*Mogilev State A. Kuleshov University (Mogilev, Belarus)*

**Abstract:** The reviewed monograph by E.N. Vasilenko examines the prerequisites and methods of linguistic expression of the intergroup conflict of values in online communication. The author’s concept of intolerant discourse in general and hate speech as its immediate and most important verbal component is based on linguopragmatic studies by foreign and Russian linguists. The book offers a methodology and conceptual apparatus for describing the model of intolerant discourse as a unity of its cognitive-thematic, communicative-pragmatic and linguistic components. The study is based on the comments of Belarusian Internet users to news articles concerning the problems of vulnerable social groups.

**Key words:** conflict of values, online communication, online comment, intolerance, intolerant discourse, hate speech, hostility, social group.

**For citation:**

Shevtsova, A.K. (2022), Review of the monograph “Conflict of values in Internet communication: cognitive and pragmalinguistic aspects” by E.N. Vasilenko (Mogilev, Mogilev State A. Kuleshov University publ., 2022, 236 p.). *Communication Studies (Russia)*, Vol. 9, no. 2, pp. 439-446. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(2).439-446. (in Russian).

**About the author:**

**Shevtsova, Alesia Konstantinovna**, PhD, Head of the Romance and Germanic Philology Department

**Corresponding author:**

Postal address: off. 420, 1, Kosmonavtov ul., Mogilev, 212022, Belarus

E-mail: shevtcova@msu.by

**Received:** March 21, 2022

**Accepted:** March 24, 2022

## 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 пояснениями в тексте. Подписи к таблицам оформляются более мелким шриф-

том 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 описание 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 звание; 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-rt.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. М., 1986. Вып. XVII. 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 // Новое литературное обозрение. 2000. № 43. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html>.

### **References**

**Книга:** Benveniste, E. (1974), *Obshchaya lingvistika* [The General Linguistics], Moscow, Progress publ., 448 p. (in Russian).

**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. (in Russian).

**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. (in Russian).

**Электронный ресурс:** Guseinov, G.Ch. (2000), Zаметки 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>. (in Russian).

### **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 [2]. 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.

***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 статьи (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 AUTHORS

### *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](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 // Новое литературное обозрение. 2000. № 43. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (дата обращения: 01.06.2006).

#### ***References***

**Book:** Benveniste, E. (1974), *Obshchaya lingvistika* [The General Linguistics], Moscow, Progress publ., 448 p. (in Russian).

**Article:** Kibrik, A.A. (1994), *Kognitivnye issledovaniya po diskursu* [Cognitive research on discourse]. *Topics in the study of language*, no. 5, pp. 126-139. (in Russian).

**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. (in Russian).

**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).

### *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 [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.

**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 (authors):**

*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 (terskih@mail.ru)